Identificar los factores de apertura para nuevas franquicias en la localidad de Escárcega, Campeche

María Del Carmen Gómez Camal
Felix Alejandra Luna Medina
Maximiliano Vanoye Eligio
Ena Yadira Ramos Jimenez
Petronila Constantino Mendoza
Yessica María García Cruz
Diana Laura García Fararoni

Ano 2023

Identificar los factores de apertura para nuevas franquicias en la localidad de Escárcega, Campeche

María Del Carmen Gómez Camal
Felix Alejandra Luna Medina
Maximiliano Vanoye Eligio
Ena Yadira Ramos Jimenez
Petronila Constantino Mendoza
Yessica María García Cruz
Diana Laura García Fararoni

Ano 2023

CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS

Identificar los factores de apertura para nuevas franquicias em la localidad de Escárcega, Campeche

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

I19 Identificar los factores de apertura para nuevas franquicias em la localidad de Escárcega, Campeche / María Del Carmen Gómez Camal, Felix Alejandra Luna Medina, Maximiliano Vanoye Eligio, et al. - Ponta Grossa – PR: Atena, 2023.

Otros autores
Ena Yadira Ramos Jimenez
Petronila Constantino Mendoza
Yessica María García Cruz
Diana Laura García Fararoni

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-65-258-1515-2
DOI: https://doi.org/10.22533/at.ed.152230307

1. Franquicias y Concesiones. I. Camal, María Del Carmen Gómez. II. Medina, Felix Alejandra Luna. III. Eligio, Maximiliano Vanoye. IV. Título.

CDD 658.87

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao conteúdo publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que o texto publicado está completamente isento de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access, desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce,* ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

SUMÁRIO

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1 l RESUMEN

Escárcega es un municipio que se encuentra dentro del estado de Campeche y es un punto muy importante para la comunicación entre la península de Yucatán con el resto del país tanto en carreteras, como el proyecto del tren maya. Su origen se dio como explotación de campamento chiclero y palo de tinte después como estación de ferrocarril, teniendo un crecimiento comercial dando origen a nuevas necesidades que satisfacer

Este proyecto tiene por objetivo analizar de los factores para apertura nuevas franquicias de la localidad de Escárcega, mediante una investigación cualitativa con un enfoque descriptivo, siendo una de las actividades importantes la realización de acciones de campo mediante técnicas y herramientas como (entrevista, cuestionarios), así mismo se analizará la población de las franquicias de la capital de nuestro estado, con el fin de obtener datos claros, precisos y ordenados.

Seguidamente se determinará una muestra para aplicar un instrumento que nos permita obtener información básica y comparar qué factores fueron determinantes para aperturar sus franquicias de la capital de nuestro estado y de esa manera obtener información para nuestra investigación en municipio de Escárcega. Cabe mencionar que el proyecto realizará el mismo procedimiento en la localidad.

2 l INTRODUCCIÓN

Hoy en día los gobiernos de países en desarrollo reconocen la importancia de las Pymes por su contribución al crecimiento económico o bien a la generación de empleos, así como al desarrollo regional y local.

Las empresas se ven cada vez más en la necesidad de adoptar estrategias encaminadas a la adopción de planteamientos de negocio acordes con la situación actual de la distribución y los servicios, mismos que el sistema de franquicia está diseñado para ofrecer, generalmente, una fórmula de éxito suficientemente probada con anterioridad, a la que se une asesoramiento y en muchas ocasiones formación continua.

En la localidad de Escárcega existen en su mayoría pequeñas y medianas empresas que se encuentran en un estado crítico por la falta de calidad en los servicios y producto que ofertan, es un desafío en la recuperación de una identidad, en la revalorización de su cultura organizacional como base de la innovación. Estas empresas tienen ventajas comparativas desde lo cultural: confianza en el éxito, personalismos inquebrantables ante los vaivenes económicos, métodos artesanales de gestión, etc. (Hoyos & Lasso, 2017, pág. 111).

Como podemos analizar, las franquicias con base a sus lineamientos y políticas otorgan ventas competitivas que permiten elevar el mejoramiento económico de la región.

3 I ANTECEDENTES

Las franquicias se han remontado desde mediados del siglo pasado, estas surgen con la compañía Singer & Co., cuando al momento de presentar problemas de distribución y bajas en las reservas de efectivo, decide cobrar a sus vendedores en lugar de pagarles para crear así un esquema de concesionarios mediante el cual compraban una máquina para venderla a un sobreprecio (Gonzáles & Gonzáles, 1991).

Con base a Osta (2006), las franquicias en México se han desarrollado desde la década de 1980, cuando en 1985 McDonald's pasó las barreras del país convirtiéndose en uno de los pioneros. Cuatro años después nace la primera franquicia mexicana; Helados Bing en el año de 1989.

En 1990 se dio a conocer por parte de autoridades de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, donde elaboraron un reglamento de la Ley de Transferencia de Tecnología que resolvería la incertidumbre que existía en cuanto a la aprobación y registros de contratos de franquicias en México. (Pérez, 2001)

Con el paso de los años se fueron creando más franquicias en México y fue en el año 2007 que de acuerdo con datos de la Asociación Mexicana de Franquicias (2009), existían 750, de las cuales 341 eran mexicanas y el resto extranjeras.

Fue así como, en dicho año, México ocupó el séptimo lugar en el ranking internacional de franquicias (emitido por el World Franchise Council), de los cuales los primeros diez son: Estados Unidos, Brasil, Canadá, Japón, Francia, España, México, Australia, Alemania e Italia. (Alba, 2010, pág. 133)

Durante el primer semestre del 2008, en el sector de franquicias por concepto de ventas al consumidor final, se generó un monto de 30 mil millones de pesos, lo cual representó 6% del Producto Interno Bruto (PIB) mexicano. Para finales de 2009, la AMF estima que las ventas serán superiores a los 80 mil millones de pesos. (AMF, 2009)

4 I MARCO TEÓRICO

4.1 Marco Conceptual

PYMES

Las pequeñas y medianas empresas (PyMes) con el paso del tiempo se han ido desenvolviendo de una manera que logran obtener un mayor crecimiento económico, que de igual manera estas puedan ofrecer mayores oportunidades como parte del crecimiento laboral, es por ello por lo que (Quezada & Lozano, 2022, pág. 2) menciona:

> "Las pequeñas y medianas empresas buscan un crecimiento en un ambiente económico y comercial con la finalidad de ser rentables; tienen una gran capacidad para crear un fuerte desarrollo económico, buscando la actualización tecnológica y múltiples formas de operar administrativamente porque cada vez los requerimientos de los clientes son mayores y exigen una

mayor calidad en productos, servicios, instalaciones y/o atención".

De acuerdo con su tamaño, las pymes contribuyen mayoritariamente en la economía local y la generación de empleos, esto debido al tener más unidades económicas pequeñas donde se enfrentan a retos mayores y empresas multinacionales (Álvarez, Bernal & Tovar, 2022, pág. 2).

Por otro lado, Purwandani & Michaud (2021) indican que el tipo de industria es lo que determina qué es una Pyme. De igual modo, señalan que las pymes son empresas que no dependen del Estado y brindan empleo a un número pequeño de trabajadores.

De acuerdo con (Ang, 1991 citado por Ferrer & Tanaka, 2009, pág. 71) menciona que "Una empresa es clasificada como PyMe si posee la mayoría de las siguientes características":

No emiten valores negociables, los propietarios no disponen de portafolios de inversión diversificados, la responsabilidad de los propietarios es ilimitada o inefectiva, la primera generación de propietarios son emprendedores y propensos al riesgo, no cuentan con un equipo gerencial completo para dirigir la empresa, se enfrentan a costes de mercado elevados, las relaciones con los accionistas son menos formales, y los esquemas de compensación son altamente flexibles."

De acuerdo con la (OIT, 2016, Pág. 3) las pequeñas y medianas empresas (PYME) son una clave fundamental que se basan en desempeñar una función en la economía mundial sobre todo por lo que aportan en cuanto a la creación de empleos.

APERTURA

De acuerdo con Feher (2000) citado por Martín (2009) Es aquel que adquiere contractualmente el derecho a un bien o servicio, dentro de un mercado exclusivo, utilizando los beneficios que da una marca, y el apoyo que recibe en la capacitación para organizar y manejar el negocio, además de la asistencia constante en el mismo.

FRANQUICIAS

La franquicia es un formato de negocios dirigido a la comercialización de productos y servicios, en el cual una persona o empresa denominada Franquiciante u Otorgante, concede a otra denominada Franquiciado o Tomador, el derecho a utilizar una marca o nombre comercial por un tiempo determinado; le transfiere los conocimientos técnicos necesarios que le permitan desarrollar un patrón establecido y controlado por el franquiciante, permitiéndole comercializar determinados bienes y/o servicios, con métodos administrativos uniformes y comunes para ambos.

FACTORES

De acuerdo con Evan (1976) citado por Febles & Oreja (2008) las empresas son sistemas abiertos que deben mantener el equilibrio entre las influencias provenientes del mundo externo y las exigencias y necesidades internas. Por ello, es muy importante conocer los factores que provienen del entorno externo y de los factores internos que se

encuentran inmersos en la propia organización.

Factores internos	Concepto	Características
Empresa	En este punto es conveniente que la organización defina qué tipo de empresa es. Asimismo, debe determinar si su estructura organizacional actual es la indicada o si debe cambiarla para lograr sus metas y objetivos (Fischer & Espejo, 2011, pág. 262).	• Recursos humanos • Satisfacen una necesidad • Capital • Beneficio económico
Proveedores	Empresas que facilitan los insumos necesarios para la fabricación de los productos (Fischer & Espejo, 2011, pág. 55).	• Garantizar estándares de calidad. • Servicios competitivos. • Entregas programadas.
Competidores	Aquí la empresa debe efectuar un estudio independientemente del tamaño de la competencia; para ello puede analizar el número, tipo y situación de la competencia; su participación en el mercado, las tendencias sobre sus ventas, las estrategias comerciales que emplean los productos y servicios que ofrecen (Fischer & Espejo, 2011, pág. 262).	• Demanda de mercado • Ofertas • Atención • Precios
Clientes	El conocimiento que una empresa tenga sobre el comportamiento del consumidor, o sea sobre sus gustos, deseos y necesidades, le proporcionará grandes posibilidades de éxito al encauzar sus actividades a la satisfacción de todo ello (Fischer & Espejo, 2011, pág. 252).	• Lealtad • Gusto • Edad • Amigables • Potenciales • Activo
Canales de distribución	La empresa debe evaluar los pros y contras al utilizar diferentes canales de distribución antes de tomar una decisión. Probablemente tenga más ventajas utilizar distribuidores mayoristas que minoristas, o tal vez sea mejor una distribución propia (Fischer & Espejo, 2011, pág. 252).	• Contacto • Financiamiento • Promoción • Negociación • Distribución física
Intermediarios de marketing	Ayudan a la empresa a promover, vender y distribuir sus productos a los compradores finales. Incluyen a los revendedores, empresas de distribución física, agencias de servicios de marketing e intermediarios financieros (Armstrong & Kotler, 2013, pág. 68).	• Ventas • Promoción • Distribución • Consumidores
Público	Es cualquier grupo que tenga un interés real o potencial o un impacto sobre la capacidad de una organización para alcanzar sus objetivos (Armstrong & Kotler, 2013, pág. 68).	• Edad • Género • Motivación • Experiencia

Tabla 1. Factores Internos

Fuente: Elaboración Propia 2022.

FACTORES EXTERNOS

Los factores externos son una combinación de gestión referente al entorno empresarial no puede influir y debe tenerse en cuenta para establecer y mantener relaciones de cooperación con los clientes. Por lo tanto, las empresas y los factores externos abren nuevas oportunidades o amenazas con nuevos peligros. Teniendo en cuenta a Castro, Suárez & Baena (2003), nos indican que el macro ambiente o los factores que se encuentran en el exterior, comprenden a las fuerzas que a nivel macro tienen y/o pueden tener implicaciones en el comportamiento del sector y de la empresa en particular (fuerzas de carácter económico, político, cultural, social, jurídico, ecológico, demográfico y tecnológico) (pág. 62). Por lo consiguiente, los factores externos son los siguientes:

Factores	Concepto	Características
Políticos	Son dimensiones políticas pueden influir sobre el contexto general y el sector concreto al que pertenece la organización mediante procedimientos legislativos que regulan su funcionamiento (Fischer & Espejo, 2011).	• Región • Poder adquisitivo • Legislación • Leyes • Seguridad social
Económicos	Consiste en los factores que afectan el poder de compra y los patrones de gasto de los consumidores. Las naciones varían considerablemente en sus niveles y distribución del ingreso (Kotler & Armstrong, 2008).	• Demanda del producto • Empleo • Inflación • Coste de energía • Materia Prima
Legal	Define a las fuerzas o factores político – legales como las Leyes, dependencias del gobierno y grupos de presión que influyen en las diferentes organizaciones e individuos de una sociedad (Kotler & Armstrong, 2008, pág. 75).	• Leyes laborales • Territorios • Seguridad • Sociedad
Demográficos	Es de interés principal para los mercadólogos porque involucra a personas, y las personas forman los mercados. La población mundial está creciendo a una tasa explosiva. (Kotler & Armstrong, 2008, pág. 80).	• Tamaño • Densidad • Ubicación • Ocupación • Edades
Culturales	Consiste en las instituciones y otras fuerzas que afectan los valores básicos de una sociedad, sus percepciones, preferencias y comportamientos. Las personas crecen en una sociedad determinada y concreta. (Fischer & Espejo, 2011, pág. 50).	• Creencias • Valores • Personalidad • Tradiciones
Tecnológico	Fuerzas que crean tecnologías, lo que a su vez crea oportunidades de nuevos productos y de mercado. Así mismo, son los conocimientos sobre la forma en que se llevan a cabo las tareas y se logran las metas. (Kotler & Armstrong, 2008).	• Transporte • Internet • Comercio electrónico • Medios de comunicación

Ecológicos	Se han hecho cada vez más importantes en la década de los años noventa y principios del siglo XXI. Los consumidores son más conscientes del problema ecológico y lo expresan abiertamente, es un movimiento que no se limita a un país (Fischer & Espejo, 2011, pág. 52).	• Recursos • Medio ambiente • Producto • Sociedad

Tabla 2. Factores Externos

Fuente: Elaboración Propia 2022

4.2 Marco Textual

Las Pymes son la columna vertebral del crecimiento económico de los países. Contribuyen en la provisión de oportunidades de empleo; además, actúa como proveedora de bienes y servicios a la gran empresa. Rajesh & Suresh (2008)

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) son reconocidas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) ya que datos recogidos de 99 países indican que representan el 70 por ciento del empleo total, por lo que son quienes más empleo generan. (Organización Internacional del Trabajo, 2022)

La definición de Pyme adoptada por la Comunidad Económica Europea es que se considera Pyme a toda empresa en la que el personal no exceda de 500 empleados, su inmovilizado material sea inferior a 75 millones de ECUS y la parte de capital en manos de otra empresa de mayor tamaño no supere una tercera parte.

Clasificación

Las Pequeñas y Medianas empresas en México generalmente llamadas Pymes (en español, pequeña y mediana empresa), son un importante segmento en la Economía de México. Se clasifican en dos tipos pequeñas y medianas empresas: negocios familiares y negocios no familiares. Emprende (2010)

Los pequeños y medianos establecimientos han ido cambiando de acuerdo con el sector económico y rama de actividad, pero sólo dos los criterios que han prevalecido para medir el tamaño de la empresa: el número de empleados y el valor de las ventas netas. De acuerdo con el INEGI (2004) las Pymes se encontraban clasificadas de la siguiente manera (ver Tabla 3):

Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0 a 10	0 a 10	0 a 10
Pequeña	11 a 50	11 a 30	11 a 50
Mediana	51 a 250	31 a 100	51 a 100
Grande	251 a más	101 a más	101 a más

Tabla 3. INEGI Censos Económicos 2004

Fuente: INEGI 2004.

El autor Cleri (2007) menciona en su libro que, en Argentina, el Ministerio de Economía fija los límites entre GEs y PyMEs a partir de tres elementos: personas ocupadas, ventas anuales y activos netos. Por su parte la Secretaría PyME (órgano oficial que atiende al sector en la Argentina) dispuso cinco categorías de empresas y utilizó la variable "ventas anuales (en pesos)" para no clasificarla: Agropecuario; Industria y Minería; Comercio; Servicios y Construcción. (pág. 39)

Menciona López (2018) en su investigación que, en realidad, no existe una clasificación global que nos permita identificar a las PyMEs, ya que cada país cuenta con su propio criterio de clasificación. Por ejemplo, el criterio por número de empleados, Estado Unidos considera PyMEs a todas aquellas que cuentan con hasta 500 trabajadores, mientras que en México este criterio difiere según el autor, un ejemplo es de 10 hasta 250 (Münch, 2010). La estratificación de empresas por tamaño se establece con base en el sector económico y el número de empleados. (pág. 81).

De acuerdo al autor Téllez (2012) en su investigación menciona la siguiente clasificación tomando en cuenta las instituciones: el Instituto Nacional de Estadísticas y estudios Económicos en Francia (INSEE); la Small Business Administration de Estados Unidos (SBA); la Comisión Económica para América Latina (CEPAL); la Revista Mexicana de Ejecutivos de Finanzas (EDF), y finalmente la Secretaría de Economía de México (SE) (ver Tabla 2).

Variable de Comparación		
Institución	**Tamaño de la empresa**	**Número de trabajadores**
INSEE	Pequeña	De 50 a 250
	Mediana	De 250 a 1000
SBA	Pequeña	Hasta 250
	Mediana	De 250 a 500
Comisión Económica para América Latina	Pequeña	Entre 5 y 49
	Mediana	De 50 a 250
EDF	Pequeña	Menos de 25
	Mediana	Entre 50 y 250
Secretaría de Economía	Pequeña	De 16 a 100
	Mediana	De 101 a 250

Tabla 4. Comparación de la clasificación de Pymes

Fuente: Téllez 2022

En la tabla muestra muy claramente la clasificación denominada por cada uno de estos organismos importantes que se dedican a los estudios de la economía y finanzas de los países tanto de América latina como a nivel mundial.

Imagen 1. Localidad de Escárcega

Fuente: INEGI 2015

Estructura

Romero y Vinelli (2021) afirman que: “La estructura financiera de las pymes suelen estar inspiradas en el deseo del empresario/director de mantener el control familiar sobre la empresa y que los problemas de asimetría de la información son más graves para las Pyme” (pág. 29).

Características

De acuerdo con Méndez (1999 citado por Peña, 2017, pág. 31) afirma que “De manera muy general todas las pequeñas y medianas empresas (PYMES) comparten casi siempre las mismas características, por lo tanto, se podría decir, que estas son las características generales con las que cuentan:

- El capital es proporcionado por una o dos personas que establecen una “sociedad”.
- Los propios dueños dirigen la marcha de la empresa; su administración es empírica.
- Su número de trabajadores empleados en el negocio crece y va de 16 hasta 250 personas.
- Utilizan más maquinaria y equipo, aunque se sigan basando más en el trabajo que en el capital.
- Dominan y abastecen un mercado más amplio, aunque no necesariamente tiene que ser local o regional, ya que muchas veces llegan a producir para el

mercado nacional e incluso para el mercado internacional.

- Están en proceso de crecimiento, la pequeña tiende a ser mediana y aspira a ser grande.
- Obtienen algunas ventajas fiscales por parte del Estado que algunas veces las considera causantes menores dependiendo de sus ventas y utilidades.
- Su tamaño es pequeño o mediano en relación con las otras empresas que operan en el ramo".

Rodríguez & Avilés (2020) señala que las Pymes, dentro del desarrollo y aporte económico, se catalogan como sistemas creadores de valor financiero, que brindan un nivel de competitividad considerable a la sociedad gracias a sus procesos productivos.

Es por ello, que dentro de los factores que contribuyen al fracaso de estas empresas se encuentran: la carencia de liderazgo, la ineficiente gestión de los recursos, la falta de un equipo de trabajo experimentado y de conocimientos sobre marketing y las herramientas tecnológicas para la toma de decisiones (Lozano, 2022).

Las Pymes se consideran sistemas creadores de valor financiero, que permiten y aportan al desarrollo económico de una localidad; por ello, es indispensable que los gerentes, en búsqueda de nuevas tendencias y adaptación al mercado cambiante, posean y practiquen habilidades gerenciales que involucran aquellas técnicas, humanas y conceptuales (Cisneros, Vidal y Lascano, 2022).

Franquicias

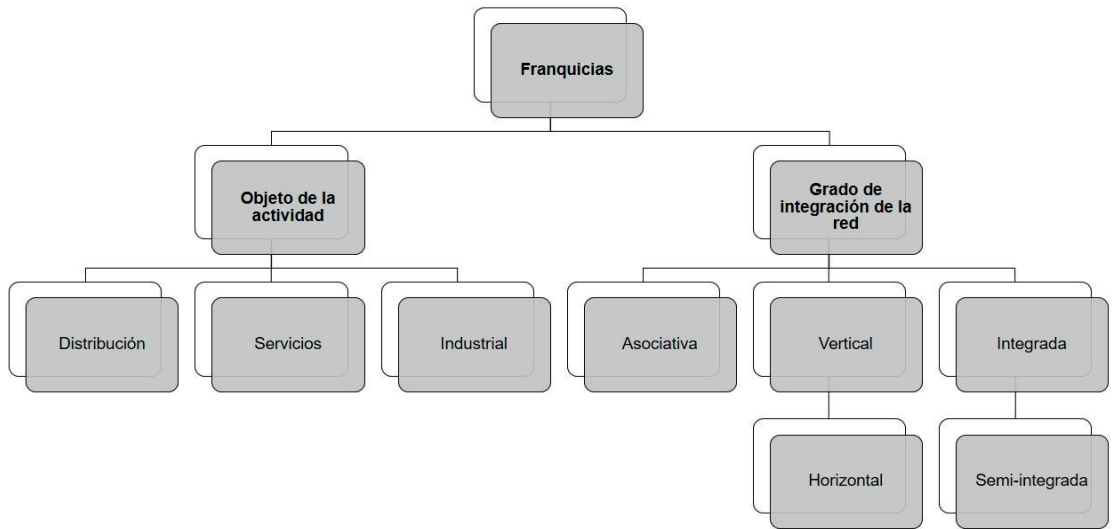
Bonilla (2022) menciona que las franquicias se dividen en principalmente en dos categorías, la primera de ellas; el objeto de la actividad donde se desempeñe la franquicia, en segundo término; el grado de integración de la red. De igual modo incluye subcategorías, las cuales se presentan en la Figura 1 y se describen a continuación:

Nota: La imagen representa un esquema donde se divide a las franquicias principalmente en dos categorías; según el objeto de actividad, así como el grado de integración a la red, y a su vez en subcategorías, en primer lugar, se encuentran las franquicias de distribución, de servicios e industrial, por otro lado; la asociativa, la vertical, integrada, semi-integrada y finalmente horizontal.

Figura 1. División de las franquicias según el objeto de actividad y el grado de integración en la red.

Fuente: elaboración propia, con datos obtenidos de Bonilla (2022).

- Franquicia de distribución. - Su objeto es la comercialización de uno o varios productos (fabricados por el franquiciador o distribuidor) y vendido de forma exclusiva por él a través de su red de puntos homogéneos de franquiciados. El producto es el elemento clave de fidelización de este tipo de franquicias.

- Franquicia de servicios. - El franquiciador ofrece a sus franquiciados una metodología específica, original y diferenciada de prestación de servicios al consumidor, comercializando los franquiciados.

- Franquicia industrial. - Tanto el franquiciador como el franquiciado son industriales. El franquiciador es poseedor de un sistema de fabricación y/o patentes exclusivas que cede a otro fabricante (franquiciado), que le sustituirá en una zona determinada. Dada la facilidad de suplantar al franquiciador es habitual que éste solo ceda una parte del proceso productivo.

Según el grado de integración de la red.

- Franquicia asociativa. - El franquiciador y franquiciado mantienen algún tipo de asociación a través de la participación del franquiciador en el capital de la empresa franquiciada o viceversa. Se comparten de esta forma los riesgos financieros lo que supone una gran ventaja y, además se crean particulares vinculaciones jurídicas.

- Franquicia vertical. - Es una modalidad en la que la relación franquiciadora –

franquiciado se da entre diferentes niveles del canal de distribución.

- Franquicia integrada. - Se produce del franquiciador fabricante a los detallistas. Se integra a todo el canal de distribución.
- Franquicia Semi – Integrada. - Se produce del mayorista a los detallistas. Este último caso es más frecuente en las cadenas de alimentación.
- Franquicia horizontal. - Se produce entre los propios detallistas como consecuencia del éxito de varios puntos de venta pilotos que, posteriormente se franquician a otros puntos de venta.

Las franquicias poseen diversas clasificaciones, pero de acuerdo con el tipo de negocio que se emplee como se citó en Mora (2020) lo divide como se señala a continuación:

- Franquicia industrial: en este tipo el franquiciador otorga el derecho a fabricar sus productos bajo una marca, prácticamente es una colaboración entre fabricantes.
- Franquicia comercial: es la más común en la actualidad, ya que de una manera eficiente se puede replicar cierto negocio exitoso transfiriendo los elementos indispensables para la venta de algún producto. Un breve ejemplo es el negocio yogurt persa, pizza hut, la tablita del tártaro.
- Franquicia de distribución: en este tipo el franquiciado se vuelve el encargado de distribuir los productos que ha sido obtenido por parte del franquiciador.
- Franquicia de producción: el franquiciador es el encargado de producir todo producto que el franquiciado vende en el mercado.
- Franquicia de servicios: en este modo el franquiciador cede todo contenido importante de su trabajo.
- Franquicias mixtas: es la combinación de una franquicia producto y de servicio (pág. 22).

Cepeda Díaz, J. A. (2009) menciona que existen dos tipos de acuerdo con su apariencia forma:

- Franquicia de producción. En este tipo, el franquiciador como productor y propietario de la marca y el Know-how otorga franquicias para que el franquiciado produzca los productos. (Dentro de esta categoría encontramos las siguientes compañías: Levis Center, General Motors, Coca-Cola, y la Lainiere de Roubaix con las lanas Pingouin.)
- Franquicia de Distribución. Dentro de este tipo, el franquiciador actúa como un seleccionador de productos, que son fabricados por otras empresas, se caracteriza por el establecimiento de una central de compras, cuyo objeto principal es distribuir un surtido seleccionado de productos a través de una red de puntos homogéneos de venta. Por lo tanto, en este tipo es esencial contar con un estilo de tiendas homogéneo, y una política comercial común para vender la misma clase de bienes en cada tienda.

Elementos de una Franquicia

De acuerdo con (Alba, 2005, p. 14) los elementos que integran una franquicia son:

- posicionamiento de marca en el mercado
- productos probados y aceptados
- bienes y servicios que ofrecen un plus o algo extra al consumidor
- demanda a largo plazo
- transmisión de conocimientos, vías manuales, capacitación y asistencia técnica (apoyo continuo) conocimiento de la inversión total
- estrategias de mercadotecnia y comercialización probadas por el franquiciante que son transmitidas inmediatamente al franquiciatario para la aplicación en su negocio o punto de venta.

Características

- Derivado de ello, se enmarcan características sobre el funcionamiento de las franquicias como indica Mosquera (2010):
- Colaboración continuada entre el franquiciador y sus franquiciados individuales, tanto legal como financieramente.
- El franquiciador concede a sus franquiciados el derecho y la obligación de llevar un negocio acorde con unas pautas definidas y con éxito.

Este derecho faculta al franquiciado, a cambio de una contraprestación económica, a utilizar el nombre comercial y la marca de productos o servicios del franquiciador

El franquiciador debe facilitar además a sus franquiciados el Know-how o saber hacer de su negocio, a través de un proceso inicial y permanente de formación.

Esta asociación está determinada por el marco y la duración de un contrato de franquicia escrito, pactado entre las partes; franquiciante y franquiciado, para tal efecto (p.73).

Como cualquier modelo de negocios, existen ventajas para los franquiciatarios como menciona (Alba, 2005, p. 18) como son:

- Invertir en un negocio que ofrece productos o servicios aceptados por los consumidores
- asesoría técnica
- conocimientos del mercado
- minimización de riesgos de fracaso

Los establecimientos franquiciados traen consigo una serie de ventajas tal como expresan Díez y Rondán (2004), debido a que los franquiciados al estar más cerca del cliente final, pueden ser una buena fuente de ideas e innovaciones que pueden pasar luego a toda la cadena. De igual forma, los resultados de los establecimientos franquiciados sirven

para evaluar a los gerentes de la cadena. Esto puede provocar una sana competencia entre unidades propias y franquiciadas. Otra gran ventaja consiste en que los franquiciados con éxito suelen buscar el tener varios establecimientos operando como una minicadena dentro de la franquicia, esto asegura la uniformidad del sistema. Algunas cadenas utilizan a los franquiciados veteranos como mentores de franquiciados noveles y por último, los franquiciados son más francos a la hora de expresar su opinión sobre las políticas de la cadena que los empleados de ésta (Pág. 80).

4.3 Marco Referencial

Escárcega

Denominación Oficial

Municipio libre de "Escárcega de Matamoros"

Toponimia

Debe su nombre al Ing. Francisco Escárcega, pionero de la División Ferrocarrilera del Sureste y al héroe de la independencia Don Mariano Matamoros.

Localización

Se ubica geográficamente entre los paralelos 18°, 51' y 18°, 09' de la latitud norte y los paralelos 90°, 20' y 91°, 33' de longitud Oeste de Greenwich.

Colinda al norte con el Municipio de Champotón, al este con el Municipio de Calakmul, al sur con el Municipio de candelaria, al suroeste con el margen derecho del Río Chumpán, al oeste con territorio que corresponde al Municipio del Carmen y al noroeste con la sección Municipal de Sabancuy, con una altura de 60 metros sobre el nivel del mar. (Soto Angli, 2001, pág. 18)

Extensión

Tiene una extensión territorial de 4,569.64 km2, que corresponden al 8.04% de la superficie total de la entidad.

Reseña histórica

En 1884, en el período presidencial del general Porfirio Díaz Mori, otorgó al Ing. Manuel J. Vila, un latifundio (actual Escárcega). Estas tierras eran importantes para la oligarquía, ya que producía cedro, caoba y palo de tinte, del cual se extraían los colorantes artificiales, además de la explotación del chicle. Debido a la afluencia de trabajadores de Tuxpan, Veracruz para trabajar en la zona chiclera y la exportación de la resina del árbol de zapote se construyó el "Ferrocarril del Sureste" cuyo residente de la División Campeche era el Ing. Francisco Escárcega Márquez de Tlaxcala y sin haber concluido la obra fallece en un accidente aéreo el 22 de julio de 1938, en el que sobrevive el Ing. Adolfo Rosenzweig López, quién propone a las autoridades que se le denomine Francisco Escárcega. El 5 de julio de 1939 el presidente de la República Lázaro Cárdenas del Río crea el ejido Francisco Escárcega con una superficie de 14 mil hectáreas, siendo su primer comisario ejidal el señor Manuel Flores Zárate. En 1956 el Congreso del Estado lo declara Villa y cabecera

de la sección municipal de Escárcega perteneciente al Municipio del Carmen. Por decreto de la LIII legislatura, publicado en 19 de julio de 1990, se convierte en el Noveno Municipio del estado de Campeche, entrando en vigor el 01° de enero de 1991. (Cahuich Jesús, Municipio de Escárcega, 2000).

La colonización en el Estado de Campeche.

Campeche realmente necesitaba colonos, pues su población era muy escasa y poseía amplias extensiones de tierra aptas para la actividad agrícola y ganadera, además de recursos naturales en abundancia, ubicado específicamente en la parte que hoy ocupa el municipio de Escárcega. Este lugar fue habitado por primera vez por los mayas denominados Cehaches.

Con el tiempo varios intentos de colonización se dieron en el Estado de Campeche, principalmente en el Norte del estado (Camino Real y Chenes).

Antes de la Colonización de núcleos de campesinos ajenos al estado se había promovido, a través de la Liga de Comunidades Agrarias y Sindicatos Campesinos, en las zonas del Camino Real y los Chenes una campaña para convencer a los campesinos de la conveniencia de que fueran ellos quienes colonizaran las tierras de los ríos de Candelaria, Champotón, Mamantel y otros. Desafortunadamente el arraigo tradicional a las tierras de sus ancestros en la que siempre habían vivido disminuyó el éxito de este tipo de colonización, pues fueron pocos los que respondieron al llamado.

La invitación se les hizo a los estados del Norte del país, dónde la sequía que se registró en Coahuila los había obligado a enviarlos a otros estados, en tanto que en entidades como Durango y Michoacán había mucha gente y poca tierra para trabajar, lo que obligó al Gobierno Federal a colonizar espacios desocupados en diferentes estados de la República incluyendo Campeche.

Mientras que en la Cuenca del Alto Candelaria se habían establecido 6 nuevos centros de población y en los márgenes en la Laguna de Silvituc uno.

Todos ellos se ubicaron en el Sur de Campeche, eran familias del Norte y Centro del país, principalmente de Coahuila, Zacatecas, Guanajuato, Nayarit, Jalisco, Guerrero, Durango, Baja California y Michoacán.

Estos colonos originarios de diferentes estados de la República Mexicana fueron auxiliados por el Departamento Agrario de la Ciudad de México y el gobierno de su lugar de origen, al mismo tiempo que el gobierno de Campeche.

De México se embarcaron a la ciudad de Veracruz; de ahí hasta Campeche y luego al poblado de Escárcega.

Era notorio ver familias viviendo en los vagones ubicados en la vía paralela del ferrocarril a un costado de la bodega.

Los nuevos centros de población que se crearon en la región de Escárcega durante el periodo 1964 - 1980 fueron: División del Norte (1964), Zona Chiclera Las Maravillas (1975), La Conquista Campesina (1976), Belisario Domínguez (1976), Altamira de Zinaparo

(1976), Juan de la Barrera (1978), Justicia Social, Centenario, Guadalajara (1980), El Esfuerzo (1980).

Nuevamente los escarceguenses empezaron a ver pasar el tiempo y de lo prometido nada. Sólo llegaron noticias que se pavimentarían las principales calles del poblado; pero la gente ya no creía nada.

¡Sorpresa!, se llevaron cuando un día ven llegar la maquinaria y equipo de trabajo para la pavimentación, embanquetado, drenaje y luz mercurial.

Los trabajos iniciaron el primero de diciembre de 1969, terminándose dos meses después. Dichas obras se inauguraron el 11 de febrero de 1970, cuando se recibe la visita del Lic. Luis Echeverría Álvarez, candidato del partido oficial al Gobierno de la República de México acompañado por el gobernador del Estado de Campeche el Lic. Carlos Sansores Pérez y el Dr. Ángel Gamboa Rodríguez presidente de la H. Junta Municipal de Escárcega, a inaugurar dichas obras.

El pueblo en general y los alumnos de la Escuela Técnica Industrial y Comercial 109 (ETIC 109), los vitorean y una vez más aprovecharon la ocasión para solicitarle el problema de Fundo Legal del (Cahuich, ESCÁRCEGA REAL, LA COLONIZACIÓN EN EL ESTADO DE CAMPECHE, 2022).

Los primeros comerciantes de Escárcega.

Desde sus inicios Escárcega jugaba un papel muy importante y en el futuro se convertiría en uno de los ejidos que apoyaría a la economía del Estado.

Era un lugar destinado al intercambio de productos, desde la época del chicle, el campamento chiclero kilómetro 47 (hoy Escárcega), recepcionaba las maquetas de dicha goma y los víveres traídos de Ciudad del Carmen a través del trencito “El Atotonilco”. Mismos que se almacenaban en una bodega que mandó a construir la compañía norteamericana The Lagune Corporation.

En 1947 cuando dicha compañía abandonó el ejido Escárcega, éste ya funcionaba como un centro de abasto. El intercambio de productos se hacía con los pobladores del ejido Matamoros. Ya que éstos venían a vender carbón y se abastecían de agua de la aguada “Mariano Abasolo”.

Así, de una manera sencilla iniciaba el comercio en Escárcega.

La construcción de las vías del Ferrocarril del Sureste que venía de Coatzacoalcos Veracruz a la ciudad de Campeche permitió que Escárcega se conectara con la ciudad capital y dejara de ser un poblado aislado.

El ferrocarril fomentó la colonización en la región de Escárcega, ya que a través de este medio llegaron personas de los estados vecinos a estas tierras a trabajar. Eran ferrocarrileros, chicleros, comerciantes, etc. Estas personas se instalaron en el poblado de Escárcega, lo que permitió que aumentara demográficamente y por lo tanto exigía servicios a la comunidad, más comercio de víveres y productos secundarios.

Poco a poco empezaron a llegar otros comerciantes ambulantes que vendían

productos para los chicleros, comida, telas, equipos de trabajo, dulces, refrescos, etc. y cuando llegaba el tren de pasajeros, éstos subían para vender sus productos. Otros prefirieron construir pequeños puestos de comida, ropa, zapatos, etc.

El comerciante que se había establecido en el ejido Escárcega se abastecía de su mercancía en la ciudad de Campeche y otros de Tabasco o Veracruz. Transportándola precisamente a través del ferrocarril del Sureste que se había convertido en el medio de comunicación más importante del Estado.

El ferrocarril del Sureste fue un medio de transporte que benefició grandemente a Escárcega, pues cruzaba precisamente en este lugar.

Los primeros comerciantes

- JOSÉ JOB - Venta de sombreros - Calle 31
- BERNABÉ CANTÚN MARTÍNEZ - Cocina económica y Billar - Calle 31 por avenida Héctor Pérez Martínez
- MANUEL ADAM MOTZI - Lencería y Botas - Av. Héctor Pérez Martínez
- SALVADOR OYARSAVAL - Tienda de abarrotes - calle 31 por avenida Héctor Pérez Martínez
- MIGUEL CAMBRANIS PINZÓN - Tienda de abarrotes y Cine - calle 29 por avenida Héctor Pérez Martínez
- CARLOS MANUEL HEREDIA PÉREZ – Farmacia - Av. Héctor Pérez Martínez por 31
- JORGE BURAD ADAM - Cine Mayosa y tienda El Overol - calle 29 por 28
- VENANCIO RUYAN – Panadería - andador Miguel Hidalgo y Costilla
- LEOPOLDO DOMÍNGUEZ – Panadería - calle 29 por avenida Héctor Pérez Martínez
- ALONSO CUEVAS SOSA - Bodega de granos La Colmena - Av. Héctor Pérez Martínez por 31
- MATEO TUCUCH – Carnicero - Calle 31 A

Cabe hacer mención que el señor Jorge Burad Adam fue uno de los primeros comerciantes ambulantes (botas, encajes, tela Batista, mezclillas, aguardiente, gabardina H-100, etc). Hasta llegar a fomentar la tienda “El Overol” y sus cines “Mayosa” y “Saide”. (Cahuich Jesús, ESCÁRCEGA REAL, LOS PRIMEROS COMERCIANTES DE ESCÁRCEGA, 2018)

Comercio y abasto

La población se abastecía de carne, verduras, hortalizas y otros productos básicos, provenientes principalmente de un mercado público ubicado en la cabecera municipal. Además, se cuenta con un rastro en los que se procesa la carne en pie, de ganado bovino y porcino, un frigorífico regional tipo TIF.

Así mismo existe un total de 42 tiendas DICONSA, rurales en su totalidad, en las que se expenden productos básicos a precios accesibles para la población de escasos recursos.

De igual modo existe una bodega y un patio de almacenamiento perteneciente a la Sociedad de Producción Rural Centenario cuya capacidad es de 1,000 toneladas y 750 toneladas, respectivamente.

Principales actividades económicas

Tenencia de la tierra en el 2000

Conforme a la información proporcionada por la coordinación Agraria Estatal de la Secretaría de la Reforma Agraria, la distribución de la tenencia de la tierra se encuentra de la siguiente manera, de las 454,084 hectáreas de la superficie municipal el 78% son ejidales (353,662 hectáreas) y el 22% (100,422 hectáreas) corresponden a la propiedad privada. Cabe mencionar que existen 38 ejidos.

Agricultura

En el 2000, el principal cultivo fue el maíz, siguiéndole en menor escala, el arroz, la sandía y el chile jalapeño. En los cultivos perennes se encuentra la naranja, el mango, la toronja y el limón.

Así mismo, se cuenta con 111 hectáreas plantadas de achiote de las cuales se cosechan 50 hectáreas y el resto se encuentra en etapa de desarrollo.

La producción agrícola cosechada en el Municipio representó el 9.8% del total cosechado en la entidad, siendo la mayor superficie la dedicada al maíz grano con 16,742 hectáreas, qué aportó el 87.1% a esta superficie productiva, otros cultivos de importancia son el frijol y el chile jalapeño qué representaron el 6.3% y el 4.6% respectivamente. (Soto Angli, 2001, pág. 30).

Comercio

Se estabilizaron un total de 69 establecimientos comerciales, la mayoría dedicados al comercio al menudeo, un mercado público y 42 tiendas rurales DICONSA.

Población ocupada por la actividad económica y sexo.

En lo referente a la actividad del comercio, 2,209 personas se dedican a esta actividad, compuesta por 1,211 hombres y 998 mujeres. En conjunto representan el 14.15% de la población ocupada.

La industria manufacturera ocupa a 1,257 personas de las cuales 1,009 son hombres y 248 mujeres, su porcentaje de la población ocupada es del 8.05%.

En la industria de la construcción emplea a 1,089 personas lo que representa el 6.98%.

Conforme al XII Censo Nacional de Población y Vivienda de 2000, mostró que el 67.92% de la población ocupada se dedicó a las actividades ya analizadas. (Soto Angli, 2001, pág. 35)

Escárcega y su Turismo

La Organización Mundo Maya formado por cinco países, Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras y en México por los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán, acordaron oficialmente preservar y promover por medio del turismo el patrimonio cultural de las comunidades de la región, con especial referencia a la arqueología, la arquitectura vernácula, las artes visuales, las artesanías, el drama, la danza, la música y la escritura creativa. Como también concientizar acerca de la necesidad de preservar el patrimonio natural y cultural del entorno del Mundo Maya y su relación directa con el desarrollo de un producto turístico sostenible.

Escárcega, por su ubicación geográfica se le ha denominado "Puerta de entrada al Mundo Maya"; es en este lugar en donde al visitante se le da la bienvenida, para iniciar un recorrido mágico por tierras de nuestros antepasados y conocer el gran legado cultural que hemos heredado.

Esta denominación se debe a que Escárcega es el punto equidistante para entrar a tres de los estados más bellos de la República: Campeche, Quintana Roo y Yucatán, así como también a los países hermanos de Centroamérica: Belice, El Salvador, Guatemala y Honduras a las cuales nos une una hermandad cultural. La Civilización Maya.

5 I OBJETIVOS

5.1 Objetivo General

Analizar de los factores que dan apertura a las franquicias en la localidad de Escárcega.

5.2 Objetivos Específicos

- Analizar el entorno de la localidad de Escárcega.
- Clasificar la importancia de los factores que dan apertura a las franquicias.
- Determinar los factores de apertura de las franquicias en la localidad de Escárcega.

6 I METAS

- Comparación de aspectos socioeconómicos de la ciudad de Campeche y el municipio de Escárcega.
- Obtener información sobre los aspectos importantes de las franquicias.
- Diseñar el instrumento (entrevista, cuestionario) que identifica los factores que dan apertura a las franquicias.

METODOLOGÍA

El objetivo del presente trabajo es analizar los factores que dan apertura a las franquicias en la localidad de Escárcega. Para el desarrollo de esta investigación se tomará en cuenta la metodología cualitativa con un enfoque descriptivo basado en los autores (Hernández, Fernández & Baptista, 2006), con el fin de identificar los factores que dan apertura a las franquicias en la localidad de Escárcega.

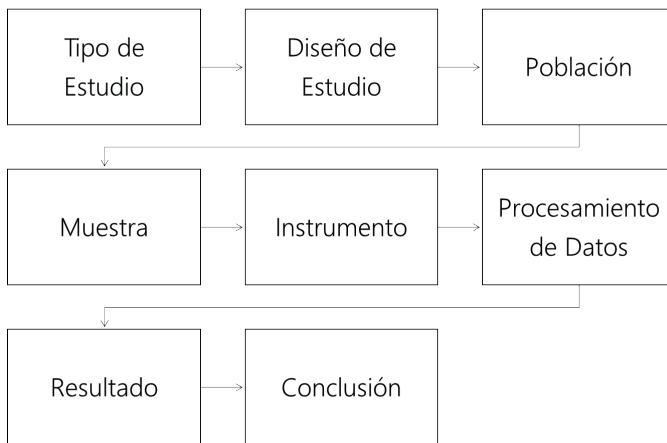



Figura 2. Metodología Implementada.

Fuente: Hernández, Fernández & Baptista, 2006

1 I TIPO DE ESTUDIO

Esta presente investigación se desarrolló de manera cualitativa de acuerdo con los autores (Hernández, Fernández & Baptista, 2006), haciendo un análisis de temas de manera documental y de campo a través de instrumentos de medición que permitan tener resultados analíticos para la toma de decisiones con el fin de identificar los factores que dan apertura a las franquicias en la localidad de Escárcega.

2 I DISEÑO DE ESTUDIO

El diseño de este estudio está basado en corte descriptivo donde analiza y describe cada uno de los 6 factores que impactan de manera directa a la apertura franquicias en un área geográfica o por condiciones diferentes al estado, municipio o entidad.

3 I POBLACIÓN

Para este proceso de investigación se llevó a cabo un proceso de recolección de datos en el estado de Campeche tomando como base 28 franquicias, donde se analiza los

impactos de los factores para aperturas en el estado mismo que es base referencial para el municipio de Escárcega. De igual manera, en la localidad de Escárcega se toma como población a 64 empresarios pertenecientes a clase media alta para obtener información pertinente sobre aspectos empresariales, profesionales y familiares.

Nombre de la franquicia	Dirección	Entidad federativa
Farmacia Guadalajara	María Lavalle Urbina, Calle Ah Kim Pech	Campeche, Campeche.
Waldo's	C. 53 14, Zona Centro, 24000 Campeche, Camp.	Campeche, Campeche.
Italian Coffe	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Domino's Pizza	Av Patricio Trueba de Regil S/N ·	Campeche, Campeche.
Sally Beauty	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Destroyer	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Trompos	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Vips	Av. Ruiz Cortínez Sec, Fundadores, Col. Ahkintech, 24028 Campeche, Camp.	Campeche, Campeche.
Church's Chicken	Pedro Sainz de Baranda, Área Ah, 24014 Campeche	Campeche, Campeche.
Carl's junior	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Juguetron	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Dante	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Cafetería punta del cielo	Calle 10 #420 A, entre Abasolo Barrio San Román	Campeche, Campeche.
Frappísimo	Av. Justo Sierra Méndez 400, Barrio de San Román.	Campeche, Campeche.
Boston	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
City xpress	Av Adolfo Ruiz Cortínez 12, Sector Fundadores Área, Área Ah	Campeche, Campeche.
Holiday inn	Av. Resurgimiento Nº127, Col. Delpra.	Campeche, Campeche.
Monte de piedad	Av. Álvaro Obregón No.303	Campeche, Campeche.
Tony (papelería)	Av Gobernadores 551, entre Colombia y Chihuahua	Campeche, Campeche.
Little caesars	Av Universidad, Av. Agustín Melgar esq, Bosques de Campeche,	Campeche, Campeche.
Míniso	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Todo moda	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Bellísima	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Starbucks	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.

Krispy cream	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Auto zone	Av Gobernadores 296, Villa del Río, Barrio de Sta Ana,	Campeche, Campeche.
Hospital Vossan	Carretera Lerma, Champoton km 193 colonia country club, Camp.	Campeche, Campeche.
Enfermera		Campeche, Campeche.

Tabla 5. Franquicias del Estado de Campeche

Fuente: DENUE 2022.

Empresa	Giro	Nombre Del Empresario	Teléfono	Escolaridad
Cochinita Pibil Y Carnitas "El Amigo Perez"	Servicio De Comida	Jose Alberto Perez Jimenez	9821094559	Secundaria
Taqueria El Chechen	Servicio De Comida	Silvia Mosqueda Rivera	9821256264	Secundaria
Dulceria Y Novedades El Super Bombon	Comercial	C.P. Clara Perez San Martin		Contadora Publica
Ropas Mayoreo San Martin	Comercial	Herlinda Rosas Medel	9828225720	Secundaria
Zapateria La Quemazon	Comercial	Antonio Aristeo Arenas Hernandez	9821241401	Ninguno
Sombreria Del Centro	Comercial	Norma Ortega Galvez	9821096550	Secundaria
El Changarreo	Comercial	Gibran Medina Magaña	9821166481	Secundaria
Las Cazuelas De Lupita	Servicio De Comida	Lic. Aide Hernandez Gutierrez	9821156809	Licenciatura En Informatica Y Diseño Grafico
Merceria Perlita	Comercial	Lic. Jorge Arciga Lievanos	9828290751	Licenciatura En Sociologia
Ferrotlapaleria Y Pinturas Tony	Comercial	Antonio Mendez Bazaldua		Primaria
Ferreteria El Clavito	Comercial	Jose Cambranis Requena	9828243226	Bachillerato (Diplomado De Comercio Ferretero)
Farmacias Yireh	Comercial	Lic. Damari Peña	9821071133	Licenciatura
Papeleria El Triunfo	Comercial	Yolanda Torres Romero	9821250388	Secundaria
Pinturas Mendez	Comercial	Juan Mendez Bazaldua	9828240713	Secundaria (Curso Administrativo Y Tecnologico)
Marymat	Comercial	Santiago Garcia	9828257461	Preparatoria
Materiales La Union	Comercio	Lic. Manuel Estrella Gozalez		Licenciatura

INNOVATION TRAVEL (AGENCIA DE Viajes)	SERVICIO	LIC. ROBERTO ESAU GAMBOA MAGAÑA	9821093019 9811317843	LICENCIATURA
Autopartes Mendoza	Servicio	Luis Mendoza Gonzalez	9827313172	Secundaria
Arrendadora America	Servicio	Guadalupe Del Jesus Coronado Sanchez	98210377770	Bachillerato
El Pingui	Comercial	Sheyla Geovana Velazquez Guevara		Bachillerato
Hotel El Deportivo	Servicio	Lic. Jorge Americo Baeza Flores	9828240622	Licenciatura
Bonguee	Servicio	Ing. Maria Angeles Ramirez Moreno	9821209370	Ingeniera
Restaurante Estadio Sport Bar	Servicio	Ing. Raul Alejandro Ucan Moreno	9821042696	Ingeniero Civil
Dulceria San Martin	Comercial	Francisco Perez San Martin	9828222650	Bachillerato
El Sembradio	Comercial	Juana Silva Salas	9828290142	Primaria
Papeleria San Martin	Comercial	Gabriela Ramirez Garcia		Secundaria
Farfan	Comercial	Lic. Juan Reynaldo Farfan Gomez	9828224212	Licenciatura En Derecho
Hamburguesas La Reyna	Servicio De Comida	Salvador Orozco Gallegos	9828240520	Bachillerato
Mi Ranchito	Servicio De Comida	Ortencia Ramirez Moreno		Bachillerato
Restaurante La Jarochita	Servicio De Comida	Jose Luis Hernandez Moltalvo	9828240627	
Abarrotes Grupo Arciga	Comercial	Manuel Arciga Ferrer		
Hotel Gran Colonial	Servicio	Andres Hernandez		
Los Paisas	Servicio	Rosalinda Garcia Jimenez		Primaria
Chamiburguer´S	Servicios De Comida	Lic. Sheyla Mariana Delgado Mejia	9821096253	Licenciatura
Quesos Palmira	Servicio	Alondra Vazquez Campos		
Pizzeria El Patio	Servicio De Comida	Alejandro Gabriel Silva Y Rodriguez Garcia	9821082454	Pasante De Ingeniero

Delis Cafe	Servicio De Comida	Suemi Novelo Lopez	9821184927	Licenciatura En Secretaria Ejecutiva (Administracion De Empresas E Informatica)
Novedades Y Regalos Lemus	Comercio	Margarita Lemus Orozco		Preparatoria
Club Paraiso	Servicios	Roger Arner Salas Excelente	9821043487	Secundaria
Constructora Lemus	Industrial	Silvestre Lemus Orozco	9828222730	Secundaria
Taqueria Cristy	Servicio	Nieves Yaxari Moreno Corona *Gerardo Moreno	9821040054	Licenciatra En Proceso * Secundaria
Manufacturas Metalicas Fierritos	Industrial	Horacio Ramirez Moreno	9821324031	Carrera Tecnica (Contador Privado)(Diseño Estructural)
Novedades Yoly	Comercio	Yolanda Lemus Orozco	9821156943	Preparatoria
Grupo Industrial Sinai	Industrial	C.P. Manuel Valentin Paz Cabrera	9828240381	Contador Publico Y Administracion
Comercial Escarcega	Comercio	Juana Piedra Olmedo	9821258516	Bachiller
Granjas Mendoza	Comercio	Lic. Silvestre Mendoza Garcia		Licenciatura En Agronomia
Funerales Perez	Comercio	Ernestina Herrera Trujillo	9828241835	Secundaria
Espacio De Danza Attitude	Servicio	Dafne Amairani Jimenez Mena	9821150728	Licenciatura Educacion Artistica
Hotel Akimpech	Servicio	Lic. Fernando Hernandez Rath	9828240470	Maestria De Ciencias Juridicas
Hotel Maria Isabel	Servicio	Lic. Juan Carlos Hernandez Rath	9828240062	Licenciatura
Farmacia Medico Amigo	Comercio	Lic. Roberto Caballero Buenfil	9821035091	Maestria En Gestion Educativa
Compu-Center	Comercio	Ing. Flavio Alfredo Chable Gallegos	9821036906	Ingeniero En Sistema Computaciones
Bebidas Y Productos	Comercio	Li. Jorge Cahuich Pacheco	9828241016	Lincenciatura
Zapateria “ El Potro Salvaje”	Comercio	Reyes García Sanchez	9381260613	S/E
Pasteleria “ El Gran Girasol”	Comercio	Lorena Domiguez	9821095107	S/E
Hermanos Sanchez	Comercio	Amado Sanchez Vasquez		S/E
Floreria Guadalupana	Comercio	Juana Luisa Hernandez Perez	9821143153	Secundaria

Novedades Lorena	Comercio	Jose Luis Hernandez Dominguez	9828226808	Secundaria
Asesoria Inmobilaria " Bienes Raices Dial"	Servicio	Mario Garcia Zamora		Secundaria
Negociaciones Vilchis Fernandez	Comercio	Juan De Jesus Vilchis Mendez	9828240494	Secundaria
Taqueria " Los Compadres 3"	Servicio	Alfonso Padilla	9827319302	Secundaria
Pizzeria Raibow	Servicio	Oralia Montelongo	9821319196	Bachiller
Club Fitnes	Servicio	Vilma Del Carmen Lopez Ramirez		Preparatoria
Comercializadora De Maderas	Industrial	Ruben Cervantes Sanchez	9821154007	Secundaria

Tabla 6. Listado de Población de Empresarios Escarceguenses

Fuente: INEGI 2022.

4 | MUESTRA

Para este proyecto se recurre al muestreo por racimos o clusters de acuerdo con lo que menciona (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 183) este tipo de muestreo implica diferenciar entre la unidad de análisis y la unidad muestral. La unidad de análisis indica quiénes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quienes se les va a aplicar el instrumento de medición. Cabe señalar que en este muestreo las unidades se encuentran encapsuladas en determinados lugares físicos, es por ello que se toma como muestra 14 franquicias de la ciudad de San Francisco de Campeche, Campeche para aplicar un cuestionario donde se recabó información de ellas mismas.

Así como también se toma como muestra a 23 empresarios de la localidad de Escárcega con una determinación de clase media a clase alta en la cual se determina por la página del INEGI, para aplicar el instrumento de check list o lista de verificación.

Nombre de la franquicia	Número de empleados	Dirección	Entidad federativa
Todo moda	4 empleados	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Sally Beauty supply	4 empleados	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Cuidado con el perro	10 empleados	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Librería Dante	3 empleados	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Carl`s Junior	25 empleados	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
Bellísima	4 empleados	Galerías Campeche	Campeche, Campeche.
MC Carthy's (Free And Greend).	18 empleados	Av. Pedro Baranda entre Calle Fundadores y Av. Ricardo Castillo Oliver Ah Kim pech.	Campeche, Campeche.
Farmacia Guadalajara	17 empleados	María Lavalle Urbina, Calle Ah Kim Pech	Campeche, Campeche.
Little Caesars Pizza	23 empleados	Av. Universidad, Col. Bosques, Manzana 20 N. 7 y 8	Campeche, Campeche.
Holiday Inn, Campeche.	102 empleados	Av. Resurgimiento Nº127, Col. Delpra.	Campeche, Campeche.
Frappisimo	7 empleados	Av. Justo Sierra Méndez 400, Barrio de San Román.	Campeche, Campeche.
Picañas Grill Churrascaria.	22 empleados	Av. Justo Sierra 572, Barrio de San Román 24040.	Campeche, Campeche.
Cafetería Punta Del Cielo.	5 empleados	Calle 10 #420 A, entre Abasolo Barrio San Román	Campeche, Campeche.
VIPS, Campeche.	32 empleados	Av. Pedro Sainz de Baranda, Col. Ah Kim Pech	Campeche, Campeche.

Tabla 7. Muestra de franquicias de la capital del Estado de Campeche

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI 2022.

Nombre Del Empresario	Empresa	Giro	Dirección	Teléfono	Escolaridad
José Alberto Pérez Jiménez	Cochinita Pibil Y Carnitas "El Amigo Pérez"	Servicio De Comida	Calle 29 Entre 28 Col. Centro	9821094559	
Lic. Damari Peña	Farmacias Yireh	Comercial	Av. Justo Sierra Méndez S/N. Entre 27 Y 31, Col. Centro, Zona Centro	9821071133	Licenciatura
Yolanda Torres Romero	Papelería El Triunfo	Comercial	Calle 31 Y 34 Col. Salsipuedes	9821250388	Secundaria
Lic. Manuel Estrella González	Materiales La Unión	Comercio	Carretera Chetumal-Villahermosa		Licenciatura
Lic. Roberto Esaú Gamboa Magaña	Innovation Travel (Agencia De Viajes)	Servicio	Calle 29 Entre 28 Col. Centro Av. Héctor Pérez Martínez	9821093019 9811317843	Licenciatura
Guadalupe Del Jesús Coronado Sánchez	Arrendadora América	Servicio	Calle 57 Entre 48 Y 50 Col. Carlos Salinas De Gortari	98210377770	Bachillerato
Sheyla Geovana Velázquez Guevara	El Pingüi	Comercial	Justo Sierra Méndez 72, Salsipuedes I		Bachillerato
Lic. Jorge Américo Baeza Flores	Hotel El Deportivo	Servicio	Calle 46 Col. Carlos Salinas De Gortari	9828240622	Licenciatura
Ing. María Ángeles Ramírez Moreno	Bungee	Servicio	Km1, Villahermosa - Chetumal, Lic. Carlos Salinas De Gortari,	9821209370	Ingeniería
Ing. Raúl Alejandro Ucan Moreno	Restaurante Estadio Sport Bar	Servicio	Revolución Entre Av. Justo Sierra Méndez	9821042696	Ingeniero Civil
Hortensia Ramírez Moreno	Mi Ranchito	Servicio De Comida	Solidaridad 88, Unidad Esfuerzo Y Trabajo II		Bachillerato
Manuel Arciga Ferrer	Abarrotes Grupo Arciga	Comercial	Calle 24 Entre Calle 29 Y 27, Zona Centro		
Alejandro Gabriel Silva Y Rodríguez García	Pizzería El Patio	Servicio De Comida	Calle 30 Col. Revolución	9821082454	Pasante De Ingeniero
Suemi Novelo López	Delis Café	Servicio De Comida	Calle 49 Entre 28 Y 26 Col. Esperanza	9821184927	Licenciatura En secretaria ejecutiva (Administración De Empresas E Informática)
Margarita Lemus Orozco	Novedades Y Regalos Lemus	Comercio	C. 27 22, Zona Centro		Preparatoria

Roger Arner Salas Excelente	Club Paraíso	Servicios	Calle 10 Entre 83 Y 85 Col. Jeringa	9821043487	Secundaria
Silvestre Lemus Orozco	Constructora Lemus	Industrial	Carretera Villahermosa Chetumal Km 186	9828222730	Secundaria
Nieves Yaxari Moreno Corona *Gerardo Moreno	Taquería Cristy	Servicio	Carretera Champotón - Villahermosa	9821040054	Licenciatura En Proceso * Secundaria
Yolanda Lemus Orozco	Novedades Yoly	Comercio	C. 27 22, Zona Centro	9821156943	Preparatoria
Ernestina Herrera Trujillo	Funerales Pérez	Comercio	Calle 32 N.18, Col. Revolución	9828241835	Secundaria
Dafne Amairani Jiménez Mena	Espacio De Danza Attitude	Servicio	Calle 34 Col. Jesús García	9821150728	Licenciatura Educación Artística
Lic. Fernando Hernández Rath	Hotel Ah Kim Pech	Servicio	Solidaridad 43, Unidad Esfuerzo Y Trabajo II	9828240470	Maestría De Ciencias Jurídicas
Lic. Juan Carlos Hernández Rath	Hotel María Isabel	Servicio	Justo Sierra Méndez 161, Zona Centro	9828240062	Licenciatura

Tabla 8. Muestra de Empresarios Escarceguences

FUENTE: Elaboración propia 2022

5 I INSTRUMENTO

En este proyecto se estructuró tres tipos de instrumentos para la obtención de resultados: que son un cuestionario, un diagnóstico del municipio de Escárcega y un check list o lista de verificación.

El cuestionario tuvo como finalidad obtener información referencial del Estado, estructurado por 22 ítem con 3 opciones de respuestas, este instrumento se aplicó a 14 franquicias de la ciudad de San Francisco de Campeche, Campeche para la obtención de información básica referente a los seis factores que son relevantes a la apertura de franquicias. Teniendo en cuenta que la información recaba es necesaria para el desarrollo de este proyecto en la localidad de Escárcega.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Hola, buenos días/tardes,

Instrucciones: Lea las preguntas y seleccione la respuesta que considere en base a la experiencia obtenida durante la adquisición de la franquicia.

DATOS GENERALES

Nombre de la franquicia:____

Nombre del propietario:____

Número de empleados:____

Ubicación: ____

1.- ¿Cuál es el tipo de giro de su franquicia?

a) Comercial

b) Industrial

c) Servicios

2.- ¿Desde hace cuánto tiempo opera como franquicia?

a) 1 a 5 años

b) 6 a 10 años

c) 11 a 15 años

d) 16 a 20 años

3.- ¿A quiénes se dirige su segmento de mercado?

a) Niños y Niñas

b) Mujeres

c) Hombres

d) Público en general

4.- ¿Con cuántos empleados cuenta su franquicia?

a) 1 a 10

b) 11 a 20

c) 21 a 30

d) 31 a 50

5.- Enumere del 1 al 6 ¿Cuál fue el factor con más dificultad para establecerse como franquicia en Campeche?

( ) Económico

( ) Político

( ) Social

( ) Tecnológico

( ) Ecológico

( ) Legal

Factor Económico

6.- Aproximadamente, ¿A cuánto asciende la inversión inicial para poner en marcha la franquicia?

a) De $200,000.00 a $500,000.00

b) De $501,000.00 a $800,000.00

c) De $801,000.00 a $1,000,000.00

d) Más de $1,000,000.00

7.- Aproximadamente, ¿Cuál es el monto que usted obtiene en sus ventas mensualmente?

a) De $30,000.00 a $50,000.00

b) De $51,000.00 a $ 80,000.00

c) De $81,000.00 a $100,000.00

d) De $100,000.00 en adelante

e) De $500,000.00 en adelante

8.- ¿Qué porcentaje de compensación otorga al dueño de la marca?

a) 10%

b) 15%

c) 20%

9.- ¿Considera que la economía de una región es un factor que impide establecer una franquicia?

a) Si

b) No

10.- ¿Cuál es el tiempo que dura desde la firma hasta que arranca el negocio?

a) 2 meses

b) 4 meses

c) 6 meses

d) 1 año

Factor Político y legal

11.- ¿Cuál es la duración del contrato?

a) 5 a 10 años

b) 10 a 20 años

c) 20 a 30 años

d) 30 a 50 años

e) Indefinido

12.- ¿Enumera del 1 al 4 en qué dependencia considera que se le dificulto más, realizar los trámites para establecer su franquicia en el Estado de Campeche?

( ) SAT

( ) Secretaría de Hacienda y Crédito Público - SHCP

( ) Secretaría de Gobierno

( ) Secretaría de Salud

13.- ¿Es obligatorio que el franquiciado opere de manera directa?

a) Si

b) No

Factor Social

14.- ¿Qué características debe tener para instalar su franquicia?

a) Área geográfica (ubicación)

b) Demografía (población)

c) Psicográficos (estilo de vida)

15.- Hablando de su franquicia ¿cuántas franquicias puede tener en el mismo estado?

a) 1 a 2

b) 3 a 4

c) De 5 en adelante.

16.- Enumere del 1 al 3 ¿Cuál de los siguientes aspectos de la región han influido en la manera en que se desempeña la empresa?

( ) Hábitos

( ) Cultura

( ) Creencias

Factor Tecnológico

17.- ¿Para la apertura de la franquicia qué aspectos considero?

a) Experiencia

b) Habilidades

c) Aptitudes

d) Actitud

18.- ¿El uso de las tecnologías es un factor clave para el funcionamiento de su franquicia?

a) Si

b) No

19.- ¿La apertura de franquicias de este tipo requiere de maquinaria y equipo especializado?

a) Si

b) No

Factor Ecológico

20.- ¿El factor ecológico fue un impedimento para establecerse dentro de la ciudad, estado, municipio o región?

a) Si

b) No

21.- ¿Su franquicia se avala en alguna norma?

a) Medio ambiente

b) Seguridad e higiene

c) 3 R (Recicla, Reutiliza, Reduce)

d) Ninguna

e) Todas las anteriores

22.- ¿Qué factores ambientales le han afectado en rendimientos y ventas de su franquicia?

a) Lluvia

b) Huracanes

c) Contaminación

d) Sequías

El objetivo del diagnóstico es conocer todos los aspectos que conforman el municipio de Escárcega para poder identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que puedan presentar los nuevos negocios para su apertura. El instrumento está conformado por 10 secciones donde se recaba información general como antecedentes del municipio, extensión territorial, datos demográficos, etc.

<table>
<tr><th colspan="2">INSTRUMENTO DE DIAGNÓSTICO</th></tr>
<tr><td colspan="2">1. Introducción</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">2. Antecedentes</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">3. Descripción</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">4. Desarrollo</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">5. Datos del municipio</td></tr>
<tr><td>Nombre del municipio:</td><td></td></tr>
<tr><td>Extensión Territorial:</td><td></td></tr>
<tr><td>Localidades del municipio</td><td></td></tr>
<tr><td>Cabecera Municipal</td><td></td></tr>
<tr><td>Colonias</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Comercios</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">· Dependencias</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">· Educación</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">6. Demografía</td></tr>
<tr><td>Número de viviendas</td><td></td></tr>
<tr><td>Raza</td><td></td></tr>
<tr><td>PEA</td><td></td></tr>
<tr><td>Rezago social</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">7. Resultados</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">8. Conclusión</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">9. Recomendaciones</td></tr>
</table>

10. Anexos

Tabla 9. Instrumento de Diagnóstico

Fuente: Elaboración propia 2022.

El Check list o lista de verificación tuvo como propósito la obtención de información básica (aspectos empresarial, profesional y familiar) de los empresarios de clase media alta de la localidad de Escárcega Campeche. Este instrumento se encuentra conformado por 1 sección para la recolección de datos generales y 26 ítems con tres posibles respuestas, así como un apartado de observación para remarcar lo más importante durante su implementación.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Instrucciones: Al leer los ITEM al entrevistado, coloque la respuesta en el recuadro y en las de opción múltiple una **X** para elegir la respuesta**.**

Nombre de la Empresa						
Razón social						
Dirección						
Nombre del propietario						
Teléfono	Empresa:		Personal:			
Edad		**Estado civil**	Soltero (a)	Unión libre		
			Casado (a)	Divorciado (a)		
Nivel de estudios						
Tiene alguna especialidad						
Nivel socioeconómico	Media		Medio alto	Alto		
Antigüedad en el ámbito empresarial						
Correo electrónico						

<table>
<tr><td>Página/sitio Web</td><td colspan="4"></td></tr>
<tr><td>Nombre del representante legal</td><td colspan="4"></td></tr>
<tr><th>ITEM</th><th colspan="3">RESPUESTAS</th><th>OBSERVACIÓN</th></tr>
<tr><td>1.-Su vida empresarial la inicio en:</td><td>La empresa actual
( )</td><td>En otra empresa
( )</td><td>Colaboración en otros proyectos.
( )</td><td></td></tr>
<tr><td>2.-Antigüedad en la empresa actual:</td><td>1-10 Años
( )</td><td>11-20 Años
( )</td><td>21-30 Años
( )</td><td></td></tr>
<tr><td>3.-Cual es su mayor motivación en su vida profesional.</td><td>Pasión por su trabajo
( )</td><td>Familia
( )</td><td>El reto de nuevos proyectos
( )</td><td></td></tr>
<tr><td>4.-Motivo el cual causa en usted, una decisión que impacta en su liderazgo.</td><td>Necesidad de adaptarse al mercado actual
( )</td><td>Resistencia al cambio
( )</td><td>Economía
( )</td><td></td></tr>
<tr><td>5.- En su desarrollo empresarial a que atribuye el éxito para mantenerse en el mercado.</td><td>Determinación
( )</td><td>Persistencia
( )</td><td>Resiliencia
( )</td><td></td></tr>
<tr><td>6.-La importancia de la comunicación para alcanzar sus metas radica en:</td><td>La comunicación verbal
( )</td><td>La comunicación no verbal
( )</td><td>Ambas
( )</td><td></td></tr>
<tr><td>7.-Qué situación ha sido más impactante en la toma de decisiones como empresario</td><td>Entorno social
( )</td><td>Equilibrio entre empresa y familia
( )</td><td>Delegar respon-sabilidades
( )</td><td></td></tr>
<tr><td>8.-Aspecto que influye en su desempeño dentro de la empresa.</td><td>Tradiciones
( )</td><td>Cultura
( )</td><td>Creencias
( )</td><td></td></tr>
<tr><td>9.-Para el desarrollo de la economía de la localidad, considera que la tecnología debe aplicarse en</td><td>Calidad en el servicio
( )</td><td>Producción
( )</td><td>Mejora continua
( )</td><td></td></tr>
<tr><td>10.-El origen del capital para el inicio del negocio provino de:</td><td>Propio
( )</td><td>ocios
( )</td><td>Financiamiento
( )</td><td></td></tr>
<tr><td>11.-La economía que hoy presenta se debe a los ingresos de:</td><td>Empresa
( )</td><td>Devenga un sueldo
( )</td><td>Otras inversiones
( )</td><td></td></tr>
<tr><td>12.-En total con cuantos negocios cuenta</td><td>1
( )</td><td>2
( )</td><td>3
( )</td><td></td></tr>
<tr><td>13.-El medio de transporte que utiliza es:</td><td>Vehículo propio
( )</td><td>Vehículo de la empresa
( )</td><td>Vehículo rentado
( )</td><td></td></tr>
</table>

14.-La casa que actualmente habita corresponde a:	Propiedad ( )	Renta ( )	Domicilio de la empresa ( )	
15.-Considera que para alcanzar sus metas empresariales se basa en:	Perseverancia en los negocios ( )	Preparación empresarial ( )	Planificación de su economía ( )	
16.-En una inversión que aspecto considera para realizarlo	Visión en el riesgo de negocio ( )	Rentabilidad ( )	Aprovechar oportunidades ( )	
17.-El fracaso en algún negocio o trato lo han llevado a:	No arriesgarse ( )	El éxito ( )	Investigar antes para actuar. ( )	
18.-A tenido la oportunidad de salir de la localidad para:	Conocer otros modelos de negocio ( )	Financiamiento ( )	Innovación para su negocio ( )	
19.-De qué manera Se encuentra preparado para llevar a su negocio al siguiente nivel	Estudios profesionales ( )	Fluidez de ingresos ( )	Visión de crecimiento ( )	
20.-Cuál es su próxima aspiración empresarial	Nuevos mercados ( )	Expansión ( )	Inversión en nuevos giros de negocio ( )	
21.-Si tuviera la información necesaria, de un negocio rentable en la localidad de Escárcega en que invertiría	Una franquicia ( )	Asociarse para adquisición de negocio ( )	Expansión de su negocio ( )	
22.-Giro de negocio en el cual le gustaría invertir	Industria ( )	Comercio ( )	Servicios ( )	
23.-Como empresario considera que la localidad de Escárcega necesita inversión en	Mano laboral profesionali-zada ( )	Servicios de salud de primer nivel ( )	Infraestructura de recreación ( )	
24.-A tenido inclusión en la política	Como proveedor ( )	Inversionista ( )	Cargo popular/ laboral ( )	
25.-Esta relación que efecto le causo.	Buena experiencia ( )	Mala experiencia ( )	Lo volvería intentar ( )	
26.-De qué manera contribuye al medio ambiente	Reducción de materiales no biodegradables ( )	Uso de paneles solares ( )	Las 3 R (Reducir, reciclar, reutilizar) ( )	

6 I PROCESAMIENTO DE DATOS

Se concentró y analizó la información recaba de cada uno de los instrumentos utilizados para la elaboración del proyecto. El cuestionario se aplic**ó** en la ciudad capital, San Francisco de Campeche, del estado de Campeche a la muestra definida por 14 franquicias, siendo estas las más concurridas por el público general, obteniendo el siguiente concentrado de información;

ITEM	RESPUESTAS		
Giro	Comercial	Industrial	Servicios
	10	1	3

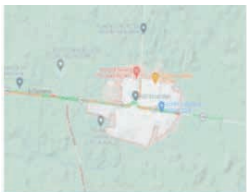
ITEM	RESPUESTAS			
Antigüedad de la franquicia en el estado.	1 a 5 Años	6 a 10 Años	11 a 15 Años	16 a 20 Años
	3	6	2	3
Segmento de mercado	Niños y niñas	Mujeres	Hombres	Público en general
	0	3	1	11

ITEM	RESPUESTAS				
Número de empleados	1 a 10	11 a 20	21 a 30	31 a 50	De 50 en adelante
	7	2	3	1	1

ITEM	RESPUESTAS						
Enumere del 1 al 6 ¿Cuál fue el factor con más dificultad para establecerse como franquicia en Campeche?	Factor Principal 1: Mayor impacto. 6: Menor impacto.	1	2	3	4	5	6
	Económico	6	2	2	1	2	1
	Político	3	1	2	2	4	2
	Legal	2	4	1	2	2	4
	Ecológico	1	1	2	5	2	3
	Social	1	5	2	1	2	3
	Tecnológico	1	1	5	3	2	1

ITEM	RESPUESTAS			
Inversión inicial	$200,000.00 a $500,000.00	$501,000.00 a $800,000.00	$801,000.00 a $1,000,000.00	Más de $1,000,000.00
	1	0	2	10

ITEM	RESPUESTAS				
Monto de ventas mensuales	De $30,000.00 a $50,000.00	De $51,000.00 a 80,000.00	De $81,000.00 a 100,000.00	De $100,000.00 en adelante	De $500,000.00 en adelante
	0	1	0	12	1

ITEM	RESPUESTAS			
Duración para emprender una franquicia.	2 meses	4 meses	6 meses	1 año
	8	1	4	1

Porcentaje de compensación que se le otorga al dueño de la marca.	10%	15%	20%	
	7	3	4	
Importancia de la economía en una región como impedimento para el establecimiento de una franquicia.	Si	No		
	11	3		
Duración del contrato	5 a 10 años	10 a 20 años	20 a 30 años	30 a 50 años	Indefinido
	2	3	0	1	8
Dependencia por considerar con mayor dificultad para la gestión de trámites para el establecimiento de franquicias en el Estado de Campeche. 1: Mayor importancia. 4: Menor importancia.	Dependencia	1	2	3	4
	SHCP	8	1	0	4
	Secretaría de Gobierno	3	9	2	1
	SAT	1	4	9	0
	Secretaría de Salud	2	0	3	9
Obligación del franquiciado de operar de manera directa	Si	No			
	4	10			
Características para instalar la franquicia	Área geográfica	Demográfica	Psicográficos (estilo de vida)		
	7	2	5		
Número de franquicias en el estado	1 a 2	3 a 4	5 en adelante		
	10	0	4		
Aspectos de la región que han influido en la manera en que se desempeña la empresa. 1: Mayor importancia. 3: Menor importancia.	Aspectos	1	2	3	
	Hábitos	8	2	2	
	Culturas	4	8	2	
	Creencias	2	2	10	
Aspectos de apertura de franquicias	1	2	3		
	Hábitos	Culturas	Creencias		
Principal aspecto que considerar en la franquicia	Experiencia	Habilidades	Aptitudes	Actitud	
	6	5	1	2	

<table>
<tr><td rowspan="2">Importancia de las tecnologías</td><td colspan="2">Si</td><td colspan="3">No</td></tr>
<tr><td colspan="2">10</td><td colspan="3">4</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Empleo de maquinaria y equipo en la franquicia</td><td colspan="2">Si</td><td colspan="3">No</td></tr>
<tr><td colspan="2">9</td><td colspan="3">5</td></tr>
<tr><td rowspan="2">La ecología como impedimento para establecer una franquicia</td><td colspan="2">Si</td><td colspan="3">No</td></tr>
<tr><td colspan="2">2</td><td colspan="3">12</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Normas en las franquicias</td><td>Medio ambiente</td><td>Seguridad e higiene</td><td>3R (Recicla, Reutiliza, Reduce).</td><td>Ninguno</td><td>Todas las anteriores</td></tr>
<tr><td>4</td><td>7</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Factores ambientales que afectan las ventas</td><td>Lluvia</td><td>Huracanes</td><td>Contaminación</td><td>Sequías</td><td>Ninguna</td></tr>
<tr><td>6</td><td>7</td><td>0</td><td>0</td><td>1</td></tr>
</table>

Tabla 10. Concentrados de las franquicias de la Capital del Estado de Campeche

Fuente: Elaboración propia 2022.

El diagnóstico del municipio de Escárcega, en el Estado de Campeche, tuvo como finalidad obtener información para conocer el contexto donde se relaciona. Estos datos recabados concentran los elementos relevantes en el municipio de Escárcega, ya que se precisa su denominación oficial, toponimia, localización, antecedentes del municipio, principales actividades económicas, demografía, división territorial y define los servicios, comercios y estructura pública tomando en cuenta dependencias públicas y escuelas o centros educativos.

Denominación Oficial	**Municipio libre de "Escárcega de Matamoros"**
Toponimia	Debe su nombre al Ing. Francisco Escárcega, pionero de la División Ferrocarrilera del Sureste y al héroe de la independencia Don Mariano Matamoros.
Localización	Se ubica geográficamente entre los paralelos 18°, 51' y 18°, 09' de la latitud norte y los paralelos 90°, 20' y 91°, 33' de longitud Oeste de Greenwich. Colinda al norte con el Municipio de Champotón, al este con el Municipio de Calakmul, al sur con el Municipio de candelaria, al suroeste con el margen derecho del Río Chumpán, al oeste con el Municipio del Carmen y al noroeste con la sección Municipal de Sabancuy, con una altura de 60 metros sobre el nivel del mar. (Soto Angli, 2001, pág. 18)
Extensión	Tiene una extensión territorial de 4,569.64 km2, que corresponden al 8.04% de la superficie total de la entidad. (El resto Pertenece a los otros 12 municipios hermanos.)
Población	59,923 habitantes.

Antecedentes	En 1884, en el período presidencial del general Porfirio Díaz Morí, otorgó al Ing. Manuel J. Vila, un latifundio (actual Escárcega). Estas tierras tan importantes para la oligarquía, ya que producía cedro, caoba y palo de tinte, del cual se extraían los colorantes artificiales, además de la explotación del chicle. Debido a la afluencia de trabajadores de Tuxpan, Veracruz para trabajar en la zona chiclera y la exportación de la resina del árbol de zapote se construyó el "Ferrocarril del Sureste" cuyo residente de la División Campeche era el Ing. Francisco Escárcega Márquez de Tlaxcala y sin haber concluido la obra fallece en un accidente aéreo el 22 de julio de 1938, en el que sobrevive el Ing. Adolfo Rosenzweig López, quién propone a las autoridades que se le denomine Francisco Escárcega. El 5 de julio de 1939 el presidente de la República Lázaro Cárdenas del Río crea el ejido Francisco Escárcega con una superficie de 14 mil hectáreas, siendo su primer comisario ejidal el señor Manuel Flores Zárate. En 1956 el Congreso del Estado lo declara Villa y cabecera de la sección municipal de Escárcega perteneciente al Mpio. Del Carmen. Por decreto de la LIII legislatura, publicado en 19 de julio de 1990, se convierte en el Noveno Municipio del estado de Campeche, entrando en vigor el 01° de enero de 1991. (Cahuich Jesús, Municipio de Escárcega, 2000) Los primeros colonos se ubicaron en el Sur de Campeche, eran familias del Norte y Centro del país, principalmente de Coahuila, Zacatecas, Guanajuato, Nayarit, Jalisco, Guerrero, Durango, Baja California y Michoacán. De México se embarcaron a la ciudad de Veracruz; de ahí hasta Campeche y luego al poblado de Escárcega. Era notorio ver familias viviendo en los vagones ubicados en la vía paralela del ferrocarril a un costado de la bodega. Los nuevos centros de población que se crearon en la región de Escárcega durante el periodo 1964 - 1980 fueron: División del Norte (1964), Zona Chiclera Las Maravillas (1975), La Conquista Campesina (1976), Belisario Domínguez (1976), Altamira de Zinaparo (1976), Juan de la Barrera (1978), Justicia Social, Centenario, Guadalajara (1980), El Esfuerzo (1980). **Modernización:** Los trabajos iniciaron el primero de diciembre de 1969, terminándose dos meses después. Dichas obras se inauguraron el 11 de febrero de 1970, cuando se recibe la visita del Lic. Luis Echeverría Álvarez, acompañado por el gobernador del Estado de Campeche el Lic. Carlos Sansores Pérez y el Dr. Ángel Gamboa Rodríguez presidente de la H. Junta Municipal de Escárcega, a inaugurar dichas obras. **Comercio:** Era un lugar destinado al intercambio de productos, como el chicle, en el campamento chiclero kilómetro 47 (hoy Escárcega), recepcionaba las maquetas de dicha goma y los víveres traídos de Ciudad del Carmen a través del trencito "El Atotonilco". Mismos que se almacenaban en una bodega construida por la compañía norteamericana The Lagune Corporation. El comerciante que se había establecido en el ejido Escárcega abastecía de su mercancía en la ciudad de Campeche y otros de Tabasco o Veracruz. Transportándose precisamente a través del ferrocarril del Sureste que se había convertido en el medio de comunicación más importante del Estado.

Principales actividades económicas	Conforme a la información proporcionada por la coordinación Agraria Estatal de la Secretaría de la Reforma Agraria, la distribución de la tenencia de la tierra se encuentra de la siguiente manera, de las 454,084 hectáreas de la superficie municipal el 78% son ejidales (353,662 hectáreas) y el 22% (100,422 hectáreas) corresponden a la propiedad privada. **Agricultura:** El principal cultivo fue el maíz, siguiéndole en menor escala, el arroz, la sandía y el chile jalapeño. En los cultivos perennes se encuentra la naranja, el mango, la toronja y el limón. La producción agrícola cosechada en el Municipio representó el 9.8% del total cosechado en la entidad, siendo la mayor superficie la dedicada al maíz grano con 16,742 hectáreas, qué aportó el 87.1% a esta superficie productiva, otros cultivos de importancia son el frijol y el chile jalapeño qué representaron el 6.3% y el 4.6% respectivamente. (Soto Angli, 2001, pág. 30) **Comercio:** Se estabilizaron un total de 69 establecimientos comerciales, la mayoría dedicada al comercio al menudeo, un mercado público y 42 tiendas rurales DICONSA. A si mismo 2,209 personas se dedican a esta actividad, compuesta por 1,211 hombres y 998 mujeres. En conjunto representan el 14.15% de la población ocupada. **La industria manufacturera**: Ocupa a 1,257 personas de las cuales 1,009 son hombres y 248 mujeres, su porcentaje de la población ocupada es del 8.05%. En la industria de la construcción emplea a 1,089 personas lo que representa el 6.98%. **Turismo:** La Organización Mundo Maya formado por cinco países, Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras y en México por los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán, acordaron oficialmente preservar y promover por medio del turismo el patrimonio cultural de las comunidades de la región, con especial referencia a la arqueología, la arquitectura vernácula, las artes visuales, las artesanías, el drama, la danza, la música y la escritura creativa. Como también concientizar acerca de la necesidad de preservar el patrimonio natural y cultural del entorno del Mundo Maya y su relación directa con el desarrollo de un producto turístico sostenible. Por su ubicación geográfica se le ha denominado “Puerta de entrada al Mundo Maya”; siendo Escárcega el punto equidistante para entrar a tres de los estados más bellos de la República: Campeche, Quintana Roo y Yucatán, así como también a los países hermanos de Centroamérica: Belice, El Salvador, Guatemala y Honduras a las cuales nos une una hermandad cultural. La Civilización Maya.
División territorial del municipio 	El territorio municipal se encuentra dividido en: • 2 juntas municipales, • 6 comisarías municipales • 38 agencias municipales, (incluyendo rancherías) • 27 colonias registradas (incluyendo las de reciente creación)

Comercios	• 11 Refaccionarias • 14 Hoteles • 21 servicios alimenticios • 16 bares • 18 farmacias • 8 purificadoras de agua • 38 súper y minisúper • 24 ferreterías y tlapalerías • 27 comercio de calzado • 3 agencias de viaje • 6 organizaciones públicas y privadas de transporte • 3 gaseras • 7 gasolineras • 4 corralones • 1 basurero municipal • 11 tortillerías • 25 talleres mecánicos • 1 ganaderas regional • 1 ganadera local • 3 pequeñas plazas • 15 salas de fiestas • 1 crematorio • 2 funerarias • 1 arrocera
Dependencias	• 16 servicios médicos privados • 1 servicios médicos de gobierno • 7 instituciones de seguridad publica • 10 instituciones de servicios financieros • 31 áreas deportivas (canchas, campos, gimnasios) • 19 áreas recreativas (parques, piscinas) • 2 áreas turísticas • 5 monumentos • 7 áreas culturales (casas de danza pública y privada) escaramuza.
Educación	• 7 universidades públicas y privadas • 3 preparatorias públicas y privadas • 3 secundarias públicas y privadas • 15 primarias públicas y privadas • 15 jardines de niños públicas y privadas • 5 centros comunitarios • 1 escuela de educación especial • 5 guarderías • 1 casa del estudiante • 1 Instituto de Capacitación Técnica No.3 • 1Centro coordinador para el desarrollo Indígena (CDI) • 1 biblioteca municipal
Edificios públicos	• 1 Polifórum • 1 auditorio • 1 mercado municipal • 2 cementerios • 55 Iglesias
Servicios adicionales	• 1 batallón • 1 reserva protegida
Demografía	De acuerdo con los resultados del último censo de población y vivienda 2020, se cuenta con un total de 16,833 viviendas en todo el territorio municipal, el promedio de ocupantes por vivienda es de 4 personas, construido en su mayoría de 1 y 2 piezas. (INEGI, 2020)
Raza	Se encuentran 10 principales lenguas indígenas habladas por la población de Escárcega. La población de 3 años y más, que habla al menos una lengua indígena, corresponde a 3.29% del total de la población.

PEA	En el primer trimestre de 2022, la tasa de participación laboral en Campeche fue 60.8%, lo que implicó un aumento de 0.11 puntos porcentuales respecto al trimestre anterior (60.7%). Los datos visualizados corresponden a la entidad federativa de Campeche, dado que no hay representatividad a nivel de municipio.
Rezago social	El municipio de Escárcega cuenta con un rezago social bajo, con ello ocupa a nivel nacional el lugar 1,404 con un índice de rezago social de -0.379536, según lo publicado por el Consejo Nacional de Evaluación de la política de Desarrollo Social (CONEVAL)

Tabla 11. Concentrado de Diagnóstico

FUENTE: Elaboración propia 2022.

De acuerdo con lo estipulado en el proyecto, se aplicó el instrumento check list o lista de verificación a la muestra de 23 empresarios pertenecientes al rango de clase media – clase alta, la información recaba se concentró en la siguiente tabla.

ITEM	RESPUESTA				
Nivel económico de los empresarios de la localidad de Escárcega	Media	Media Alta	Alto		
	12	10	1		
	44%	52%	4%		
Estudios profesionales de los empresarios	Ninguno	Básico	Medio Superior	Superior	Maestría
	1	5	5	11	1
	4%	22%	22%	48%	4%
Giro de la empresa	Servicio	Comercio	Industrial	Manufactura	
	14	8	1	0	
	61%	35%	4%	0%	
1.- su vida empresarial la inicio en:	La empresa actual	En otra empresa	Colaboración en otros proyectos.		
	14	7	2		
	54%	35%	11%		
2.- antigüedad en la empresa actual:	1-10 años	11-20 años	21-30 años	Observación (más de 30 años)	
	7	7	8	1	
	30%	30%	36%	4%	
3.- cuál es su mayor motivación en su vida profesional.	Pasión por su trabajo	Familia	El reto de nuevos proyectos		
	7	9	7		
	31%	38%	31%		

Pregunta				
4.- motivo el cual causa en usted, una decisión que impacta en su liderazgo.	Necesidad de adaptarse al mercado actual	Resistencia al cambio	Economía	
	13	0	10	
	57%	0%	43%	
5.- en su desarrollo empresarial a que atribuye el éxito para mantenerse en el mercado.	Determinación	Persistencia	Resiliencia	
	7	14	2	
	30%	61%	9%	
6.- la importancia de la comunicación para alcanzar sus metas radica en:	La comunicación verbal	La comunicación no verbal	Ambas	
	10	1	12	
	44%	4%	52%	
7.- qué situación ha sido más impactante en la toma de decisiones como empresario	Entorno social	Equilibrio entre empresa y familia	Delegar responsabilidades	
	8	10	5	
	35%	43%	22%	
8.- que elemento influye para usted, en su desarrollo profesional.	Tradiciones	Cultura	Creencias	
	9	9	5	
	39%	39%	22%	
9.- para el desarrollo de la economía de la localidad, considera que la tecnología debe aplicarse en:	Calidad en el servicio	Producción	Mejora continua	
	12	3	8	
	52%	13%	35%	
10.- ha tenido la oportunidad de salir de la localidad para:	Conocer otros modelos de negocio	Expansión de su negocio	Innovación para su negocio	Observación (no ha salido)
	4	6	13	0
	17%	26%	57%	0%
11.- en total con cuantos negocios cuenta:	1	2	3	Observación (Más De 3)
	13	4	4	2
	57%	17%	17%	9%
12.- el origen del capital para el inicio del negocio provino de:	Propio	Socios	Financiamiento	
	22	0	1	
	96%	0%	4%	

13.- el medio de transporte que utiliza es:	Vehículo propio	Vehículo de la empresa	Vehículo rentado
	23	0	0
	100%	0%	0%
14.- la casa que actualmente habita corresponde a:	Propiedad	Renta	Domicilio De La Empresa
	18	1	4
	78%	4%	18%
15.- considera que para alcanzar sus metas empresariales se basa en:	Perseverancia en los negocios	Preparación empresarial	Planificación de su economía
	14	4	5
	61%	17%	22%
16.- la economía que hoy presenta se debe a los ingresos de:	Empresa	Devenga Un Sueldo	Otras Inversiones
	22	1	0
	96%	4%	0%
17.- en una inversión que aspecto considera para realizarlo	Visión en el riesgo de negocio	Rentabilidad	Aprovechar oportunidades
	8	6	9
	35%	26%	39%
18.- de qué manera se encuentra preparado para llevar a su negocio al siguiente nivel	Estudios profesionales	Fluidez de ingresos	Visión de crecimiento
	3	0	20
	13%	0%	87%

19.- cuál es su próxima aspiración empresarial	Nuevos mercados	Expansión	Inversión en nuevos giros de negocio	Observación (ninguna)
	1	11	11	0
	4%	48%	48%	0%
20.- si tuviera la información necesaria, de un negocio rentable en la localidad de Escárcega en que invertiría	Una franquicia	Asociarse para adquisición de negocio	Expansión de su negocio	Observación (no interesado)
	8	0	15	0
	35%	0%	65%	0%
21.- giro de negocio en el cual le gustaría invertir	Industria	Comercio	Servicios	Observación
	2	12	9	0
	9%	52%	39%	0%

22.- como empresario considera que la localidad de Escárcega necesita inversión en:	Mano laboral profesionalizada	Servicios de salud de primer nivel	Infraestructura de recreación	Observación
	11	9	3	0
	48%	39%	13%	0%
23.- ha tenido inclusión en la política:	Como proveedor	Inversionista	Cargo popular/ laboral	Observación (ninguna)
	8	0	9	6
	35%	0%	39%	26%
24.- esta relación que efecto le causo.	Buena experiencia	Mala experiencia	Lo volvería intentar	Observación (ningún efecto)
	11	4	2	6
	48%	17%	9%	26%
25.- en el ámbito empresarial en cuál de las siguientes normas están certificados.	Iso 9001 (gestión de la calidad)	Iso 14000 (gestión ambiental)	Iso 45001 (gestión de seguridad y salud en el trabajo)	Observación (ninguna)
	7	4	2	10
	30%	17%	9%	44%
26.- el fracaso en algún negocio o trato lo han llevado a	No arriesgarse	El éxito	Investigar antes para actuar.	Observación (no han fracasado)
	1	7	14	1
	4%	31%	61%	4%

Tabla 12. Concentrado de respuestas del check list aplicado a empresarios del municipio de Escárcega

Fuente: Elaboración Propia 2022.

RESULTADO

La presente investigación tiene objetivo identificar los factores de apertura para nuevas franquicias en la localidad de Escárcega, Campeche. Como primer paso se estructura el instrumento (cuestionario) y se aplica a 14 franquicias de la ciudad de San Francisco de Campeche, Campeche, siendo 10 franquicias de giro comercial, 1 franquicia industrial y 3 pertenecientes al giro servicio, de la misma muestra, 6 poseen una antigüedad de 6 a 10 años, 3 de ellas su antigüedad es de 1 a 5 años, 2 franquicias tienen entre 11 y 15 años y las 3 restantes su antigüedad es de 16 a 20 años en el mercado, proporcionando servicio al público en general 11 franquicias. En cuanto al número de empleados, 7 franquicias, es decir la mitad de la muestra, tiene de 1 a 10 empleados. La mayoría de ellas, hicieron observaciones sobré cómo afectan los diferentes factores al momento de realizar sus operaciones, cabe mencionar que cada uno de ellos presenta un impacto, obteniendo el siguiente resultado.

En cuanto al factor económico, 11 empresarios afirman que en definitiva la economía de una región es un factor crucial ya que puede establecer o impedir el funcionamiento de una franquicia dentro de la región. En segundo lugar, se visualiza el factor político como una determinante para establecerse en el mercado. En tercer lugar se encuentra el factor legal que presenta como una dificultad para los empresarios al momento de realizar los trámites y establecer su franquicia en el Estado de Campeche, ya que las franquicias encuestadas consideraron que la dependencia donde tuvieron una mayor dificultad para la gestión de trámites es en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), posteriormente se encuentra la Secretaría de Gobierno, seguido del Servicio de Administración Tributaria (SAT) y por último, la Secretaría de Salud.

Respecto al factor social, 8 franquicias consideran que los hábitos en la sociedad infieren en la demanda de productos y, por ende, en la oferta disponible; la cultura y las creencias se encuentran en segundo y tercer lugar respecto a este factor. En últimos lugares de influencia para establecer una franquicia, se encuentran los factores tecnológicos y ambiental, sin embargo 10 franquiciados consideran importante el uso de las tecnologías para su buen desempeño, así como el mantenerse actualizado en cuanto a maquinaria, equipo y mobiliario a utilizar para otorgar un mejor servicio. Respecto al factor ambiental, por la ubicación geográfica de la ciudad, ésta se encuentra en constante lluvias y huracanes durante los meses julio – diciembre, razón por la cual, 13 franquiciados expresaron como un riesgo elevado para la operatividad de la franquicia estos fenómenos naturales, lo cual propicia mantener planes de contingencia a través de uso de normas en seguridad e higiene, donde 7 de ellos expresaron que son imprescindibles para su operatividad y seguridad de los mismos clientes.

Como experiencia, los empresarios comentaron que al no estar actualizados, con tecnología pertinente, no hubieran podido enfrentarse a la emergencia sanitaria por la

pandemia COVID 19 a la que el mundo estuvo expuesto desde 2019.

Podemos decir de manera general que la operatividad de las franquicias trabaja de la siguiente manera:

1. La inversión inicial necesaria para poner en marcha a una franquicia asciende a la cantidad de $1,000,000.00, a 3,000,000 millones de pesos como inversión tomando en cuenta que el monto es dependiendo del giro de la misma manera.
2. El tiempo que transcurre desde la firma de la franquicia hasta que arranca el negocio radica principalmente en 2 meses, sin embargo, puede extenderse hasta 4 meses, 6 meses o hasta un año.
3. Otras de las políticas que manejan las franquicias es deducir que el principal porcentaje de compensación que se le otorga al dueño de la marca (franquiciante) es de 10%, hasta el 20% de las ventas anuales.
4. Los empresarios afirman que consideran que, en definitiva, la economía de una región es un factor que puede impedir establecer una franquicia dentro de alguna región.
5. La duración del contrato entre el franquiciado y el franquiciante va de 5 hasta los 30 años.

Una vez recopilado la información de las franquicias en la ciudad de San Francisco de Campeche y haciendo referencia al impacto que puede causar nuestro municipio para determinar qué factores daría apertura a las franquicias en la localidad de Escárcega, se realizó el diagnóstico del municipio donde los resultados que se obtuvieron son los siguientes:

- El nombre del municipio es “Escárcega de Matamoros”.
- Su localización y extensión territorial hacen que Escárcega sea parte relevante en el Estado puesto que colinda con cuatro municipios, de los doce restantes, los cuales son Champotón, Calakmul, Candelaria y Carmen.
- Escárcega inició como tierras importantes para la oligarquía lo que propició su crecimiento como zona chiclera y continuó su crecimiento comercial a través de la construcción del Ferrocarril.
- Dentro de las principales actividades económicas se encuentra la agricultura con el cultivo del maíz, siguiendo en escala con el arroz, la sandía y el chile jalapeño. En los cultivos perennes se encuentra la naranja, el mango, la toronja y el limón. La producción agrícola cosechada en el Municipio representó el 9.8% del total cosechado en la entidad, siendo la mayor superficie la dedicada al maíz grano con 16,742 hectáreas, qué aportó el 87.1% a esta superficie productiva, otros cultivos de importancia son el frijol y el chile jalapeño qué representaron el 6.3% y el 4.6% respectivamente.
- Ene el comercio existe un total de 69 establecimientos comerciales, la mayoría dedicada al comercio al menudeo, un mercado público y 42 tiendas rurales DICONSA. A si mismo 2,209 personas se dedican a esta actividad, compuesta

por 1,211 hombres y 998 mujeres. En conjunto representan el 14.15% de la población ocupada.

- Respecto al turismo, Escárcega tiene una gran ventaja gracias a su ubicación geográfica puesto que ha sido denominado "Puerta de entrada al Mundo Maya", siendo Escárcega el punto equidistante para entrar a tres de los estados más bellos de la República: Campeche, Quintana Roo y Yucatán. Cabe señalar que, con el actual proyecto del Tren Maya, Escárcega es punto clave para la conexión del tramo 3 y el tramo 7 de este proyecto nacional.

- De acuerdo con los resultados del último censo de población y vivienda 2020, se cuenta con un total de 16,833 viviendas en todo el territorio municipal, el promedio de ocupantes por vivienda es de 4 personas, construido en su mayoría de 1 y 2 piezas. (INEGI, 2020)

Con esta información recabada, se parte a analizar a los 23 empresarios diferentes pertenecientes a la clase media – clase alta a través de un check list o lista de verificación, los cuales se visualizó que 12 de ellos pertenecen a clase media y 10 a clase media alta; 11 empresarios encuestados han cursado una carrera universitaria. Las empresas que tienen a su cargo, 14 pertenecen a giro de servicio y 8 son parte del giro comercial.

De los 23 empresarios, 14 de ellos comentaron que su vida empresarial inició con su empresa actual y 7 de en otra empresa, cabe señalar que el tiempo de antigüedad de las empresas en las que se encuentran laborando actualmente 7 de ellas tienen hasta 20 años realizando sus actividades y 8 tienen una antigüedad de entre 21 y 30 años. En cuanto al origen de capital para el inicio de las empresas, se encontró que 22 de ellos provino de capital propio y sólo 1 con fuente de financiamiento, teniendo relación a que los ingresos que actualmente poseen 22 empresarios, es debido a las ganancias de la empresa.

Dentro de las motivaciones, razones y actividades propias del empresario, se encontró que 13 de ellos comentaron que su liderazgo se relaciona con la necesidad de adaptarse al mercado actual, teniendo en consideración un equilibrio entre la empresa y familia para la toma de decisiones, así como 14 de empresarios de la muestra señalaron que la persistencia ha sido una característica atribuida al éxito de su permanencia en el mercado. De esta manera, 18 empresarios comentan que las tradiciones y la cultura del entorno, fue un elemento que influyera en su desarrollo profesional.

En cuanto a la percepción para el desarrollo de la economía en la localidad, 12 empresarios consideran que la tecnología debe aplicarse a la calidad en el servicio y 8, a la mejora continua. Del mismo modo, 8 empresarios discurren que, para realizar una inversión, el aprovechar oportunidades es un aspecto importante, así como la visión en el riesgo del negocio.

Respecto a futuras decisiones, hay opiniones divididas, ya que 11 empresarios consideran como una aspiración empresarial la expansión de su actual negocio y 11 de ellos en la inversión en nuevos giros de negocios. Considerando como empresas del giro

comercial y de servicios a las cuales les gustaría invertir. Bajo la condición si tuvieran la información necesaria de un negocio rentable, 8 estarían dispuesto a invertir en una franquicia, mientras que el 15 restante consideran relevante la expansión de su propio negocio, no obstante, 11 empresarios consideran que la localidad de Escárcega necesita inversión en mano laboral profesionalizada y 9 de ellos en servicios de salud de primer nivel.

CONCLUSIÓN

Esta investigación tuvo por ende analizar cuales son los factores que dan apertura a nuevas franquicias en la localidad de Escárcega, para este estudio se comenzó a conocer cuáles son las franquicias con que cuenta el estado de Campeche y que necesita para establecerse; cuales fueron los problemas u obstáculos a los que se enfrentaron, debido a que cada estado tiene diferentes condiciones fiscales y políticas para establecerse. Como se pudo visualizar, en cada estado o municipio deben de conocer el impacto que traerá en sus diferentes aspectos, económico, político, legal, cultural, etc., antes de establecer una franquicia y/o un modelo de negocio.

Cabe mencionar que entre los aspectos de análisis a tomar en cuenta son los factores que intervienen en el giro del negocio, así como la estabilidad económica de la región en la que se encuentra. Debido a esta información recaba, se llevó a cabo un diagnóstico del municipio de Escárcega en el que se encuentra datos pertinentes sobre lo que se puede ofertar a la comunidad, en qué condiciones se encuentra el área y qu**é** es recomendable para estos establecimientos que sería franquicia o el modelo de negocios.

Es preciso comentar que este municipio en pocos años ha estado creciendo y abriendo sus puertas al mejoramiento económico debido a que se le conoce como "Puerta de entrada al Mundo Maya", dado que forma parte del tramo carretero que es conexión entre los estados de Campeche, Yucatán y Quintana Roo, que como bien sabemos es paso para el turismo nacional. Se remarca que, debido al proyecto nacional del Tren Maya, el desarrollo económico del municipio ha tenido un realce ya que sería la única ciudad que tiene enlace con dos tramos diferentes, el tramo 3 Escárcega – Calkiní y el tramo 7 Bacalar – Escárcega.

Tomando en cuenta esto, fue necesario elaborar y aplicar un instrumento de check list o lista de verificación a una muestra de empresarios de la localidad de Escárcega para saber su disponibilidad, capacidad económica y disposición al momento de la toma de decisiones para posibilidad de arrancar nuevos proyectos, como franquicias o modelos de negocio similar, que sin duda alguna vendría a mejorar la estabilidad económica y propiciar un desarrollo empresarial en el municipio.

REFERENCIAS

Alba Aldave, M. (2005). *Franquicias: una perspectiva mundial*. UNAM.

Alba, C. (2010). Las franquicias en México en 1999 y 2007. Contaduría y Administración, 131-146.

Álvarez-Aros, E. L., Bernal-Torres, C. A., y Tovar, Y. S. (2022). Colaboración externa de la innovación abierta y desempeño financiero de las PYMES en Tamaulipas, México. Revista de Administración de Empresas, 62. (3), 1-21. Recuperado de https://www.scielo.br/j/rae/a/4fzwrhg4SFLYJ73wdXZtfyP/

AMF. (15 de Marzo de 2009). Asociación Mexicana de Franquicias. Obtenido de http://www.franquiciasdemexico.org/index.php?idsec=22

Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing.* México: PEARSON EDUCACIÓN.

Bonilla Hinojosa, K. G. (2022). Desarrollo de un modelo de franquicia para la comercialización de la marca" Los helados de Salcedo" en la empresa CORPICECREAM SA (Bachelor's thesis). Universidad Católica del Ecuador, Ecuador. Recuperado de https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/3517

Cahuich Jesús, J. L. (08 de Septiembre de 2018). Escárcega Real, Los primeros Comerciantes de Escárcega. Escárcega, Campeche, México.

Cahuich Jesús, J. L. (23 de Marzo de 2022). Escárcega Real. La colonización del estado de Campeche. Escárcega, Campeche, México.

Castro, J. J. S., Suárez, O. M., & Baena, E. (2003). EL ENTORNO EMPRESARIAL Y LA TEORÍA DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS. Scientia et technica,

Cepeda Díaz, J. A. (2009). Franquicia. Buenos Aires (Argentina), Argentina: El Cid Editor | apuntes. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/itsescarcega/29213?page=9.

Cisneros, U., W., Vidal, C., D., y Lascano, P., L. (2022). Habilidades Gerenciales ante la emergencia del Covid-19: Un desafío para la economía de las Pymes de la ciudad de Ambato. 593 Digital Publisher CEIT, 7(2), 355-365. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8385783

Cleri, C. (2007). El libro de las PyMes. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A. Feher, F., & Gallastegui, J. (2005). Las franquicias, un efecto de la globalización. México: Editorial Mc Graw Hill.

Díez de Castro, E. C., & Rondán Cataluña, F. C. (2004). LA INVESTIGACIÓN SOBRE FRANQUICIA. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 71-96.

Emprende, M. (2010). PyMes. México: México Emprende. Recuperado de: http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/19-mexico-emprende

Febles Acosta, J., & Oreja Rodríguez, J. (2008). FACTORES EXTERNOS E INTERNOS DETERMINANTES DE LA ORIENTACIÓN DE LA CULTURA ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* , 13-32.

Ferrer, M. A., & Tanaka, Á. T. (2009). Las PYMEs y las teorías modernas sobre Estructura de Capital. Compendium: revista de investigación científica, (22), 65-84

Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia.* México: MacGraw-Hill Educación.

Gonzalez , E., & Gonzalez, R. (1991). Franquicias: La revolución de los 90. México: Editorial Mc Graw Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. México: Editorial Mc Graw Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación.* México: MacGraw-Hill Educación.

Hoyos, A., & Lasso , M. d. (2017). Pymes como modelo económico en la creación de estrategias de comunicación. Ciencias de la Administración y Economía, 105-117. Obtenido de : https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504551272005

INEGI. (18 de Enero de 2004). Censos Económicos. Obtenido de Inegi.org.mx: https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2004/

INEGI. (06 de Septiembre de 2015). Censos económicos. Obtenido de inegi.com.mx: www.inegi./censoseconomicos.com.mx

INEGI. (2020). INEGI . Escárcega, Campeche, México.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Principios de marketing: Pearson Educación Fundamentos de Marketing - Kotler 8edi.pdf

López, V. M. (2018). LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN MÉXICO: RETOS Y OPORTUNIDADES ANTE UN MUNDO GLOBALIZADO. Horizontes de la Contaduría en las Ciencias Sociales, 79-91.

Lozano, E. (2022). Predicción de quiebra empresarial en la auditoría financiera de pymes: un estudio descriptivo. Ricea, 11(21), 1-30. Recuperado de https://www.ricea.org.mx/index.php/ricea/article/view/179

Martín Regalado, C. 2009. Metodo de Franquicia para un Negocio Establecido. Tesis Licenciatura. Administración de Hoteles y Restaurantes. Departamento de Turismo, Escuela de Negocios y Economía, Universidad de las Américas Puebla.

Mosquera Muñoz, F. (2010). La franquicia, una estrategia de crecimiento empresarial. *REVISTA MBA EAFIT*, 70-85.

Münch, L. (2010). ADMINISTRACIÓN. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo . México: PEARSON EDUCACIÓN.

Organización Internacional del Trabajo. (2016). Formalización de las PYME en las cadenas de valor en América Latina: ¿cuál es la función de las empresas multinacionales?. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_548320.pdf

Organización Internacional del Trabajo. (23 de mayo de 2022). *Lo pequeño importa: Datos mundiales sobre las contribuciones al empleo de los trabajadores independientes, las microempresas y las pymes.* Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_723318.pdf

Peña, V. M. J., (2017) Estructura de las pymes en la economía ecuatoriana. (Artículo científico). Universidad Nacional de Loja. Recuperado de https://revistas.unl.edu.ec/index.php/suracademia/article/view/519/411

Pérez Calderón, R. (2001). Panorama de las franquicias en México.

Purwandani, J. A., & Michaud, G. (2021). What are the drivers and barriers for green business practice adoption for SMEs? Environment systems and decisions, 41(4), 577– 593. Recuperado de https://link.springer.com/article/10.1007/s10669-021-09821-3

Quezada, J. V., y Lozano, M. D. M. (2022). Plan de mercadotecnia para el desarrollo del e-commerce en las pymes de México, 2020-2030. Revista do CEDS, 2(10), 1-18. Recuperado de https://periodicos.undb.edu.br/index.php/ceds/article/view/23/14

Rajesh, S., & Suresh, G. (2008). Strategy development by SMEs for competitiveness: a review. Benchmarking: An International Journal, 525-547.

Rodríguez, R., & Avilés, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. 593 Digital Publicher CEIT, 5(1), 191-200. Recuperado de https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/337

Romero, G., R., y Vinelli, P., M. (2021) Factores que determinan el éxito y el fracaso en las pequeñas y medianas empresas (pyme). (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/658990

Soto Angli, F. (2001). *Monografia del Municipio de Escárcega.* Campeche: INDEFOS

Tellez, A. (2012). Auditoria Administrativa a una Constructora (Pyme), en la ciudad Xalapa, Veracruz, México. Veracruz: Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas.

MARÍA DEL CARMEN GÓMEZ CAMAL - Tengo la edad de 48 años mis los grados académicos son: Licenciatura en Administración, Maestría en Administración, Doctorado en Investigación para la Educación, cuento con certificaciones, cursos, diplomados, talleres apegados a mi disciplina tanto administrativa como de investigador. Así mismo cabe mencionar que desde hace 28 años me encuentro laborando, de los cuales tengo 13 años de experiencias en funciones administrativa en diversas dependencias tanto públicas como privadas como ayuntamiento del municipio, hospital general, entre otras. Desde hace 15 años me desempeño como docente del Tecnológico Nacional do México/ITS de Escárcega donde me he destacado como docente investigador, he participado en diferentes eventos académicos y de innovación en etapas locales, regionales y nacionales, he publicado diversos artículos científicos, capítulos de libros, tengo participación en congresos nacionales e internacionales, me destacado como evaluadora de proyectos agropecuarios, comerciales, industriales y proyectos de investigación; soy arbitro por pares en revistas de prestigio, asesor de proyectos de residencia, maestría y doctorado. ORCID 0000-0003-1693-2753.

FELIX ALEJANDRA LUNA MEDINA - Tengo la edad de 31 años, mis grados académicos son: Licenciatura en Administración y Finanzas, Maestría en Innovación Administrativa, cuento con certificaciones laborales con reconocimiento nacional. Mi experiencia laboral inició hace 10 años en empresas privadas, no obstante, tengo 7 años desempeñándome como docente del Tecnológico Nacional do México/ITS de Escárcega, mis principales actividades han sido enfocadas a la docencia e investigación. He participado como asesor de proyectos en Innovación y Tecnología en sus diferentes etapas (local, regional y nacional), así como asesor de proyectos de residencia enfocados a la investigación, he publicado diversos artículos científicos, capítulos de libros y tengo participación en congresos nacionales e internacionales, me destacado como docente del área económica-administrativa. ORCID 0000-0002-1052-9253.

MAXIMILIANO VANOYE ELIGIO - Edad 44 años. Grados académicos son: Licenciatura en Biología, Maestría en Ciencias Biológicas, Doctorado en Ciencias en Manejo de los Recursos Naturales Tropicales. Cuento con certificaciones, cursos, diplomados, talleres apegados a mi disciplina, al área administrativa y como de investigador. Desde hace 17 años me encuentro laborando como Profesor-Investigador en instituciones de nivel superior, actualmente como docente del Tecnológico Nacional do México/ITS de Escárcega. Como Profesor-Investigador, he participado en diferentes eventos académicos y de innovación en etapas locales, regionales y nacionales, he publicado diversos artículos científicos en revistas de alto impacto, capítulos de libros, tengo participación en congresos nacionales e internacionales, me destacado como evaluadora de proyectos agropecuarios, comerciales, industriales y proyectos de investigación; soy arbitro

por pares en revistas de prestigio, asesor de proyectos de residencia, maestría y doctorado. Actualmente tengo el reconocimiento de Investigador Nacional Nivel 1 (SNI 1) y Perfil PRODEP. ORCID 0000-0002- 6438-9479.

ENA YADIRA RAMOS JIMENEZ - Tengo la edad de 43 años mis los grados académicos son secretaria ejecutiva, Técnica Agropecuaria, y taller de actualización secretarial, actualmente soy estudiante del noveno semestre de la carrera de Licenciatura en Administración en el Tecnológico Nacional do México/ITS de Escárcega. Así mismo cabe mencionar que desde hace 14 años me encuentro laborando en el ayuntamiento de Escárcega, en diferentes áreas administrativas como son Gestión Social, Encargada de Comunidades, Secretaria Técnica y actualmente Regidora del Honorable Ayuntamiento de Escárcega. ORCID 0000-0001-9650-8076.

PETRONILA CONSTANTINO MENDOZA - Cuento con 40 años de edad, mis los grados académicos son: Técnico Agropecuario y actualmente soy estudiante del noveno semestre de la Licenciatura en Administración, en el Tecnológico Nacional do México/ITS de Escárcega. De igual manera cabe mencionar que desde hace 22 años me encuentro laborando en el Honorable Ayuntamiento de Escárcega, Campeche; como personal sindicalizado desempeñando a las labor administrativos en diversos departamentos, he participados en cursos de actualizaciòn en cuanto a el area que desempeño. ORCID 0000-0001-8388-1381.

YESSICA MARÍA GARCÍA CRUZ - Tengo la edad de 22 años y actualmente soy estudiante del noveno semestre de la carrera de Licenciatura en Administración en el Tecnológico Nacional do México/ITS de Escárcega. Participé en el taller Modelo Talento Emprendedor y he obtenido un Diplomado en Educación Financiera en periodo Febrero-mayo 2021. Gracias a diversas actividades realizadas como parte de mi formación académica he tenido la oportunidad de participar en el 1er Congreso Nacional de Cuerpos Académicos, así como la publicación de artículos con temas relacionados a mi carrera. ORCID 0000-0002-1108-2393

DIANA LAURA GARCÍA FARARONI - Tengo la edad de 22 años, actualmente soy estudiante del noveno semestre de la carrera de Licenciatura en Administración en el Tecnológico Nacional do México/ITS de Escárcega. Próximo por obtener mi título como Técnico en Contabilidad en la especialidad de Económico- Administrativa por parte de la preparatoria Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios Nº 85 (CBTIS Nº85), participé en el taller Modelo Talento Emprendedor. Gracias a diversas actividades realizadas como parte de mi formación académica he tenido la oportunidad de realizar mis prácticas profesionales en la Distribuidora Volkswagen de Coatzacoalcos, Veracruz, así como ser personal de apoyo en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio, de la Localidad de Escárcega, Campeche, del mismo modo publicar artículos con temas relacionados a mi carrera. ORCID 0000-0001-7450-5931.